

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* KOREAN  
*STAR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT  
BELI PRODUK SKINCARE SCARLETT *WHITENING*  
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi : S1 Manajemen**



**Disusun Oleh :  
Grais Helen Prisma Ayu  
19022000251**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

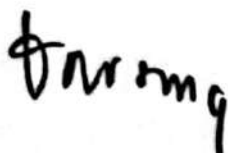
Nama : Grais Helen Prisma Ayu  
NIM : 19022000251  
Universitas : Universitas Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Korean Star dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett *Whitening* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)

Malang, 30 Januari 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing



(Mohammad Nur Singgih. SE., M.M.)



(Dr. Syarif Hidayatullah. SE., M.M.)



( Dr. Rudy Wahyono., M.Sl. )

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR KOREAN STAR DAN BRAND IMAGE  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE SCARLETT WHITENING  
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

**Grais Helen Prisma Ayu**

**19022000251**

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Pada Tanggal, 13 Februari 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

Sekretaris Penguji

  
(Dr. Syarif Hidayatullah, S.E., M.M.)

  
(Dr. H Fajar Supanto, S.E., M.Si.)

Anggota Penguji

  
(Dr. Syaiful Arifin, S.E., M.Si.)

**Skripsi ini telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**

Malang, 13 Februari 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
Universitas Merdeka Malang  


Dr. RUDY WAHYONO., M.Si

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Grais Helen Prisma Ayu  
Nomor Pokok : 19022000251  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Korean *Star* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Skincare *Scarlett Whitening* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)  
Lokasi/Tempat yang diteliti : Universitas Merdeka Malang (Jalan Terusan Dieng No. 62-64 Klojen, Pisang Candi, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65146).  
Alamat Rumah Asal : Jl. Bogenvil no.6 Ds.Sumberberas (Kec.Muncar, Kab. Banyuwangi, Jawa Timur 68472)  
No. Telp/HP : 0857 6091 1787

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas adalah benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya .

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 30 Januari 2023

Peneliti

  
(Grais Helen Prisma Ayu)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT serta hidayahnya yang telah memberikan berupa kesehatan, kesempatan kepada saya sehingga dapat terselesaikannya penulisan Skripsi ini. Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1-Manajemen Universitas Merdeka Malang.

Saya menyadari bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan. Tetapi berkat Allah SWT serta dorongan dan bimbingan akhirnya penulisan Skripsi dapat terselesaikan. Dalam penulisan Skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Rudy Wahyono, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Dr. Syaiful Arifin, S.E., M.Si. Selaku Wakil Dekan I dan dosen wali saya karena diantara kesibukan tugasnya beliau masih bersedia membantu penulis dalam proses perkuliahan.
3. Mohammad Nur Singgih, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
4. Dr. Syarif Hidayatullah, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing, membantu dan mendukung dalam proses penyelesaian Skripsi saya.
5. Dr. H Fajar Supanto, S.E, M.Si dan Dr. Syaiful Arifin, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji 1 dan Dosen Penguji 2 yang telah membantu memberikan masukan serta kritikan yang membangun untuk tujuan penyempurnaan isi Skripsi saya.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah membantu,

memberikan ilmu, pengalaman dan pelajaran yang sangat berharga bagi peneliti.

7. Teruntuk kedua orang tua saya ayah (Nuryanto) dan Ibu (Reni Sulastri) yang senantiasa mendoakan dan selalu mendukung semua keputusan yang saya ambil dalam hidup saya. Terima kasih atas kasih sayang serta doanya karena kalianlah salah satu penyemangat dan penguat terbesar dalam hidup saya.
8. Untuk keluarga besar saya. Terima kasih sudah mendukung saya selama ini. Terima kasih sudah menjadi keluarga yang baik dan memberikan dukungan hingga saya lulus.
9. Untuk teman-teman kosan Puncak Jaya 6, sahabat sekelas saya (F) beda kelas saya (B). Maaf tidak saya sebutkan satu per satu agar tidak menimbulkan kecemburuan. Terima kasih sudah membantu, memberikan dukungan, semangat dan sudah menjadi pendengar yang baik atas keluh kesahku.
10. Untuk teman-teman SMA saya di Banyuwangi terima kasih atas dukungannya.

Disadari sepenuhnya bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan laporan Skripsi ini.

Dengan demikian diharapkan Skripsi ini dapat menjadi sesuatu yang lebih berguna bagi semua pihak.

Malang, 30 Januari 2023

GRAIS HELEN PRISMA AYU

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN.....	5
C. TUJUAN PENELITIAN .....	5
D. KEGUNAAN PENELITIAN .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. LANDASAN TEORI .....	7
1. Pemasaran .....	7
2. Minat Beli.....	10
3. Brand Ambassador .....	12

4. Brand Image.....	15
B. PENELITIAN TERDAHULU .....	17
C. KERANGKA KONSEPTUAL.....	20
D. HIPOTESIS .....	21
BAB III METODE PENELITIAN .....	23
A. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	23
B. LINGKUP PENELITIAN.....	24
C. LOKASI PENELITIAN .....	25
D. POPULASI DAN TEKNIK PENARIKAN SAMPEL .....	25
E. JENIS DAN SUMBER DATA.....	27
F. TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	28
G. TEKNIK ANALISIS DATA .....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	37
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	37
1. Profil Universitas Merdeka Malang .....	37
2. Visi dan Misi Universitas Merdeka Malang.....	40
B. HASIL PENELITIAN .....	41
1. Deskriptif Data Umum Responden Penelitian .....	41
2. Uji Instrumen Penelitian .....	43
3. Analisis Hasil Penelitian .....	45
4. Pengujian Asumsi Klasik.....	63
5. Uji Regresi Linier berganda .....	66
6. Uji Hipotesis .....	68
C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	77

A. KESIMPULAN .....	77
B. SARAN .....	77
C. KETERBATASAN PENELITIAN .....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel .....	23
Tabel 3. Jumlah Mahasiswa Aktif Universitas Merdeka Malang 2019-2022 .....	25
Tabel 4. Skala Likert .....	29
Tabel 5. Jenis Kelamin Responden .....	41
Tabel 6. Rentang Usia Responden .....	42
Tabel 7. Pendapatan Responden Setiap Bulan .....	42
Tabel 8. Uji Validitas .....	43
Tabel 9. Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 10. Distribusi Frekuensi Variabel Brand Ambassador .....	45
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Brand Image (X2) .....	51
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Minat Beli .....	57
Tabel 13. Output Uji Multikolinieritas .....	64
Tabel 14. Uji Linieritas .....	66
Tabel 15. Uji Regresi Linier Berganda.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Serum Terlaris oleh Brand Ambassador Korean Star .....	2
Gambar 2 Top Brand Perawatan Wajah dan Tubuh Paling Laris di <i>E-Commerce</i>	3
Gambar 3 Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 4 Output Uji Normalitas .....	66
Gambar 5 Output Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden.....	86
Lampiran 3 Output SPSS 26.0.....	93
Lampiran Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	112
Lampiran Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	113

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan secara parsial dan secara simultan variabel *Brand Ambassador Korean Star* dan *Brand Image* terhadap minat beli produk skincare scarlett *whitening* serta manakah di antara dua variabel bebas tersebut yang berpengaruh dominan terhadap minat beli. Populasi dalam penelitian ini mahasiswa Universitas Merdeka Malang yang berjumlah 9.223 orang dengan menggunakan perhitungan rumus slovin yang menghasilkan sampel 99 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan *simple random sampling* yaitu pengambilansampel dari populasi yang telah ditentukan secara tidak sengaja tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Dari hasil output SPSS versi 26,0. Persamaan regresi linier berganda menghasilkan  $Y = 2,349 + 0,419X_1 + 0,677X_2 + e$ . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Brand Ambassador Korean Star* dan *Brand Image* secara simultan dan berpengaruh terhadap minat beli produk skincare scarlett *whitening* dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $2771,775 > 1,98525$ ). Hasil nilai koefisien (Adjusted R Square) sebesar 0,847 yang menunjukkan bahwa variabel *Brand Ambassador Korean Star* dan *Brand Image* mampu memberikan kontribusi sebesar 84,7% dan 15,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian. Variabel yang berpengaruh dominan adalah variabel Brand Image karena nilai t-hitung *Brand Ambassador* 3,942 sedangkan *Brand Image* 6,080.

Kata kunci : *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Minat Beli

## ABSTRACT

*This study aims to determine the relationship partially and simultaneously with Korean Star Brand Ambassador and Brand Image variables on the intention to buy skincare scarlett whitening products and between the two independent variables which have a dominant influence on purchase intention. The population in this study was 9,223 students at the Merdeka University of Malang using the solvin formula which resulted in a sample of 99 respondents. The sampling technique uses simple random sampling, namely sampling from a population that has been determined by accident without regard to the strata in that population. From the output of SPSS version 26.0. the multiple linear regression equation yields  $Y = 2.349 + 0.419X_1 + 0.677X_2 + e$ . The results of this study indicate that the Korean Star Brand Ambassador and Brand Image variables simultaneously and influence the intention to buy skincare scarlett whitening products and the value of  $F_{count} > F_{table}$  ( $2771.775 > 1.98525$ ). The result of the coefficient value (Adjusted R Square) is 0.847 which indicates that the Korean Star Brand Ambassador and Brand Image variables are able to contribute 84.7% and 15.3% are influenced by other variables outside the research variables. The variable that has the dominant effect is the Brand Image variable because the t-count value of Brand Ambassador is 3.942 while Brand Image is 6.080.*

*Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Purchase Intention*