

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* EXO DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT *WHITENING* PADA
MAHASISWA UNMER MALANG**

SKRIPSI

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



**Disusun Oleh :
Monica Angelia
20022000249**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Monica Angelia
Nomor Pokok : 20022000249
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : "Pengaruh *Brand Ambassador* Exo dan Promosi Penjualan terhadap Minat beli produk *Scarlett Whitening* pada mahasiswa Unmer Malang"

Malang, 31 Januari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi Manajemen



(Irany Windhyastiti, SE., MM)

Dosen Pembimbing



(Dra. Diah Widiawati, MM)



(Prof.Dr.H Fajar Supanto, M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

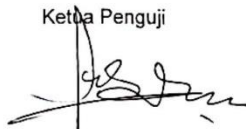
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR EXO* DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SCARLETT WHITENING* PADA MAHASISWA UNMER MALANG

Dipersiapkan dan disusun oleh :
MONICA ANGELIA
20022000249

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 17 Januari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji


(Dra. Diah Widiawati, MM)

Sekretaris Penguji


(Dra. Sunaryati Hardiyani, M.M)

Anggota Penguji


(Dr. M. C. Sina Setyadi, MBA.)

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 5 Februari 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang



(Prof. Dr. H Fajar Supanto, M.Si)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Monica Angelia
Nomor Pokok : 20022000249
Program Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Exo Dan Promosi
Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Scarlett
Whitening Pada Mahasiswa Unmer Malang.
Lokasi/Tempat yang diteliti : Universitas Merdeka Malang.
Alamat Rumah Asal : Perumahan Puri Asri 2 Blok B-21 Kota Kediri
No. Telp / HP : 081216601771

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, 3 Maret 2024

Peneliti



(Monica Angelia)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Monica Angelia

Nomor Pokok : 20022000249

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Kediri, 20 Agustus 2001

Alamat : Perumahan Puri Asri 2 Blok B nomor 21
Kelurahan Tosaren , Kecamatan Pesantren , Kota
Kediri Jawa Timur.

Nama Orang Tua (ayah) : Alexander Prasetyo

(ibu) : Jane Lusiana

Riwayat Pendidikan : TK Kristen Tunas Bangsa Kediri (2006 – 2008)
SD Negeri Ngronggo 8 Kediri (2008 – 2014)
SMP Katolik Santa Maria Kediri (2014 – 2017)
SMA Katolik Santo Augustinus Kediri (2017-2020)
Universitas Merdeka Malang (2020 – 2024)

KATA PENGANTAR

Segala rahmat dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi yang berjudul “PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* EXO DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SCARLETT WHITENING* PADA MAHASISWA UNMER MALANG”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam penyusunan Skripsi ini tentu tidak lepas dari bimbingan , bantuan , arahan, serta doa dari berbagai pihak baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penelitian ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof.Dr. H. Fajar Supanto,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Irany Windhyastiti, SE ,.MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Dra. Diah Widiawati, M.M selaku Dosen Pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing , mengarahkan , memberikan nasehat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.
4. Semua staff pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
5. Kedua orang tua , Ayah tercinta Alexander Prasetio dan Ibu Jane Lusiana yang telah membesarkan dan mendidik saya juga membiayai kuliah saya

hingga memperoleh gelar Sarjana Manajemen ini. Semoga mereka bangga dengan perjuangan anaknya , juga untuk adik saya Fransisca Agustina yang selalu memberikan semangat dan doa bagi penulis.

6. Untuk 10 sahabat saya yaitu member dari grup problematik D3 Teh Poci (Olivia Audia , Rodiya Ulinuha , Aprilia Anastasya , Irene Margareta Hermawan , Antalita Kirana , Amelinda Putri , Ni Made Santika Putri , Hanin Nazihah , Wiranadya Meisya , Adelia Sukma) yang selalu ada disaat penulis susah maupun senang , selalu memberi dukungan dan kasih sayang serta mau membantu penulis saat kesusahan untuk mengerjakan skripsi ini. Terima kasih berkat kalian penulis dapat menyelesaikan tugas akhir nya , semoga kita dapat selalu bersama melanjutkan impian dan semoga sukses untuk kalian.
7. Untuk ke 4 sahabat saya dari Mela Crew yaitu Oksyaninda Putri , Allya Kurnia , Charisma Agustine , dan Putri Charisa yang sudah turut memberikan doa dan semangat tiada hentinya untuk penulis dalam proses mengerjakan Skripsi ini sehingga penulis bersemangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dan Terima kasih sudah mau mendengarkan keluh kesah penulis pada saat proses menyelesaikan Skripsi ini dan juga selalu ada untuk penulis disaat masa masa sulit saat mengerjakan Tugas ini. Terima kasih banyak untuk kalian semua berkat doa dan dukungan kalian tiada henti penulis akhirnya bisa menyelesaikan Skripsi yang mematikan ini.
8. Untuk Laki-Laki yang paling saya cintai didunia ini yang bernama Christian Yu alias Dpr Ian yang Lahir di Sydney pada tanggal 6 september 1990 yang selalu 24 jam setiap saat menjadi penyemangat bagi penulis secara tidak

langsung meskipun kita tidak pernah bertemu tetapi kamu selalu ada didalam hati penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

9. Untuk Coogie , Jay Park , Ash Island , BI , Big Naughty , Gray , Simon Dominic, Sik – K dan Artis KHH lainnya terima kasih sudah menciptakan lagu yang baik dan mengisi playlist dalam spotify saya . Karena lagu kalian yang setiap hari saya dengarkan untuk menemani dalam proses pengerjaan skripsi dan membuat semakin semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang mempunyai peran secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu , yang telah membantu penulis hingga terselesaikan nya skripsi ini.

Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan berkat sebagai balasan yang setimpal dengan kebaikan mereka semua. Akhir kata tidak ada kesempurnaan di dunia ini kecuali hak milik semata. Begitupun dalam penyusunan skripsi ini, penulis masih menyadari banyak kekurangan yang masih harus diperbaiki , untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak guna melengkapi skripsi ini, mohon maaf bila terdapat kata kata yang kurang berkenan bagi pembaca. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang khususnya.

Malang, Maret 2024

Penulis

Monica Angelia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
B. Hasil Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Berpikir	21
D. Pengembangan Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Definisi Operasional Variabel	25
B. Lingkup Penelitian.....	28
C. Lokasi Penelitian.....	28
D. Populasi	29
E. Teknik penarikan sampel	29
F. Jenis Data dan sumber Data	30
G. Teknik Pengumpulan Data.....	30
H. Teknik Analisis Data	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	36
A. Hasil Penelitian	36
B. Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3 Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 4 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.....	40
Tabel 5 Jumlah Responden berdasarkan Usia.....	41
Tabel 6 Jumlah responden berdasarkan uang saku	42
Tabel 7 Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i>	43
Tabel 8 Deskripsi Variabel Promosi penjualan	47
Tabel 9 Deskripsi Tabel Minat Beli.....	50
Tabel 10 Uji Validitas	55
Tabel 11 Hasil Nilai Cronbach Alpha	56
Tabel 12 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	58
Tabel 13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 14 Uji Heteroskedastisitas.	60
Tabel 15 Uji Regresi Linier Berganda	61
Tabel 16 Tabel Uji F.....	63
Tabel 17 Uji t (Parsial).....	64
Tabel 18 Uji Regresi Linier Berganda	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Top 10 Pasar/Negara Berdasarkan kreasi video <i>K-pop</i> september 2021	1
Gambar 2 serum wajah terlaris 2022 di Shoppe dan Tokopedia agustus 2022	4
Gambar 3 Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 4 Logo Scarlett <i>Whitening</i>	36
Gambar 5 Rangkaian produk Scarlett Whitening.....	37
Gambar 6 Exo sebagai <i>glow ambassador</i> Scarlett.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	76
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuisisioner	81
Lampiran 3 Output SPSS	89
Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan Skripsi	100
Lampiran 5 Lembar Berita Acara Perbaikan Revisi Skripsi	101
Lampiran 6 Surat Keterangan Hasil Pemeriksaan Kemiripan.....	102
Lampiran 7 Hasil Cek Similarity Turnitin	103

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Ambassador* dan Promosi penjualan terhadap Minat beli mahasiswa Unmer Malang pada produk *Scarlett Whitening*. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan cara menyebarkan kuisioner melalui google form kepada mahasiswa Unmer Malang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil dari responden yang berjumlah 96 responden selama 7 hari melalui aplikasi google form tersebut. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif dan uji t serta uji f dan koefisien determinasi untuk menguji hipotesis. Data tersebut akan diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 16.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yaitu *brand ambassador* dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa Unmer Malang pada produk *Scarlett Whitening*. Hipotesis kedua brand ambassador berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa Unmer Malang. Hipotesis ketiga promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa Unmer Malang. Dan menurut hasil analisis deskriptif dengan nilai mean sebesar 4,28 variabel yang paling mempengaruhi minat beli mahasiswa Unmer Malang adalah Variabel Brand Ambassador.

Kata Kunci : Brand Ambassador, Promosi Penjualan , Minat Beli , Exo , Mahasiswa Unmer Malang.

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of Brand Ambassador and Sales Promotion on Unmer Malang students' buying interest in Scarlett Whitening products. The method in this research uses a quantitative method by distributing questionnaires via Google Form to Unmer Malang students. The type of data used in this research is primary data taken from 96 respondents for 7 days via the Google Form application. The data analysis method in this research is to use descriptive analysis and t test as well as f test and coefficient of determination to test the hypothesis. This data will be processed using the SPSS version 16 application.

The results of this research show that the first hypothesis is that the Ambassador brand and sales promotions have a positive and significant effect on Unmer Malang students' buying interest in Scarlett Whitening products. The second hypothesis is that the Ambassador brand has a positive and significant effect on Unmer Malang students' buying interest. The third hypothesis is that sales promotions have a positive and significant effect on buying interest of Unmer Malang students. And according to the results of descriptive analysis with a mean value of 4.28, the variable that most influences Unmer Malang students buying interest is the Brand Ambassador variable.

Keywords: Brand Ambassador, Sales Promotion, Buying Interest, Exo, Unmer Malang Students.