

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(*E-WOM*) DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING* DI KECAMATAN
PASAR MINGGU**

TUGAS AKHIR

ADIANI MEGA ANISAH
203402516334



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(*E-WOM*) DAN *QUALITY PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING* DI KECAMATAN
PASAR MINGGU**

Ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sajana Manajemen
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

ADIANI MEGA ANISAH

203402516334



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar- benarnya bahwa segala pernyataan dalam tuags akhir yang berjudul:

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING* DI KECAMATAN PASAR MINGGU

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya, Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 15 Februari 2024



Adiani Mega Anisah

203402516334

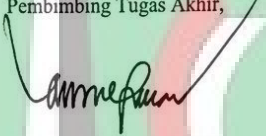
LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING DI
KECAMATAN PASAR MINGGU**

Nama Mahasiswa : **ADIANI MEGA ANISAH**
Nomor Pokok : **203402516334**
Program Studi/Fakultas : **MANAJEMEN**


Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Ian Zulfikar, M.Si.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen,


(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 15 Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH BRAND AMBASSADOR, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI KECAMATAN PASAR MINGGU**

Nama Mahasiswa : **ADIANI MEGA ANISAH**
Nomor Pokok : **203402516334**
Program Studi/Fakultas : **MANAJEMEN**

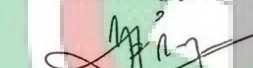
Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,

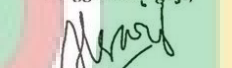
Pembimbing Tugas Akhir


(Dr. Ian Zulfikar, M.Si.)

Ketua Penguji


(Dr. Hasanudin, S.E., M.M.)

Anggota/Penguji,


(Atsari Sujud, S.E., M.M.)

Mengetahui


(Prof. Kusnita Pudojiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta: 2024

Tanggal Lulus: 2024

ABSTRAK
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(E-WOM) DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI KECAMATAN
PASAR MINGGU

Oleh :

Adiani Mega Anisah

NPM: 203402516334

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Ian Zulfikar, M.Si

Penelitian ini mempunyai tujuan guna menyelidiki bagaimana *brand ambassador*, *electronic word of mouth (E-WOM)*, dan kualitas produk memengaruhi keputusan konsumen di Kecamatan Pasar Minggu untuk membeli produk *Scarlett Whitening*. Penelitian ini melibatkan semua pelanggan produk *Scarlett Whitening* di Kecamatan Pasar Minggu, dengan sampel 100 responden. Data primer digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner dibagikan kepada responden yang telah atau sedang menggunakan produk *Scarlett Whitening*. Metode pengambilan sampel non-probabilitas menggunakan metode purposive. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 23.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel *Brand Ambassador* (X1), *Electronic Word Of Mouth* (X2), dan Kualitas Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini diharapkan dapat mengamati faktor-faktor yang dapat meningkatkan Keputusan Pembelian, termasuk *Brand Ambassador*, *Electronic Word Of Mouth*, dan Kualitas Produk.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Electronic Word Of Mouth*, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) AND PRODUCT QUALITY ON DECISIONS TO PURCHASE SCARLETT WHITENING PRODUCTS IN PASAR MINGGU DISTRICT

By :

Adiani Mega Anisah

NPM: 203402516334

Thesis, Under the guidance Dr. Ian Zulfikar, M.Si

This research aims to analyze the influence of brand ambassadors, electronic word of mouth (E-WOM), and product quality on purchasing decisions for Scarlett Whitening products in Pasar Minggu District. The population of this research is all consumers of Scarlett Whitening products in Pasar Minggu District with a sample of 100 respondents. This research uses primary data. The sampling technique is non-probability sampling with a purposive sampling method by distributing questionnaires to respondents who have used or are currently using Scarlett Whitening products. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 23 program.

The results of multiple linear regression analysis show that the variables Brand Ambassador (X1), Electronic Word Of Mouth (X2), and Product Quality (X3) have a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y). It is hoped that the results of this research will be able to pay attention to Brand Ambassadors, Electronic Word Of Mouth, and Product Quality which can improve Purchasing Decisions.

Keywords: *Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth, Product Quality and Purchasing Decisions*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

Nama : Adiani Mega Anisah
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 22 Agustus 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Setia 2, melati 2 No.20B,
Bekasi, Jatiwaringin, Pondok

Gede
No. Handphone : 081313000046
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Email : adianiash22@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2013 : SDN BINA BANGUN 1
2014 – 2016 : SMPN 17 BEKASI
2017 – 2020 : SMK YADIKA 06
2020 – 2024 : Universitas Nasioanal

Jakarta, 15 Februari 2024



Adiani Mega Anisah

203402516334

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas rahmat dan karunia-Nya, penulis telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “ Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening di Kecamatan Pasar Minggu ” dengan baik. Tugas akhir ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk Studi Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Disusunnya tugas akhir ini membawa penulis menghadapi tantangan, termasuk hambatan teknis dan faktor lainnya. Namun, berkat bantuan, kolaborasi, semangat positif, dan dukungan dari berbagai pihak, segala hambatan tersebut berhasil diatasi dengan sukses. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan rendah hati, penuh kasih, dan penuh hormat, penulis ingin menyampaikan apresiasi yang besar kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., MM., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Ian Zulfikar, M.Si, selaku dosen pembimbing yang penulis hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
7. Seluruh staff sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih penulis sebagai Mahasiswa.
8. Sebagai ungkapan terimakasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada Orang tua tercinta Bapak Carto dan Ibu Marnoni yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, do'a, dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis.
9. Kepada kakak penulis M. Yoga Risnandar, A.Md. yang selalu menyemangati, mendukung, membantu penulis hingga bisa menyelesaikan tugas akhir hari ini.
10. Kepada sahabat penulis Mahdiah Nur Fadillah, Maha, Fara, Arba Sabanu terimakasih telah menemani saya berjuang, membantu dalam berbagai hal, bertukar pikiran membaca situasi tersulit penulis, membantu penulis bangkit dengan cepat tanpa peduli saat itu kami sama-sama berada dikondisi tersulit, mendengarkan segala keluh kesah penulis, memberi dukungan dan saran-saran dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.
11. Kepada teman seperjuangan penulis Astri Cahya, Novianti Wulandari, Nadya, Andreas, Asti, Firna, Silva, Lisa, Leni, Refi terimakasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu dan dijalanin bersama selama perkuliahan. Terima Kasih sudah selalu menjadi penyemangat untuk kuliah karena bertemu dengan teman baik seperti kalian.
12. Kepada seseorang yang telah menemani penulis sampai waktu sempro terima kasih telah mengajarkan penulis untuk bisa menjadi pribadi yang lebih kuat atas masalah yang dihadapi dan menjalankan tanggung jawab yang harus penulis selesaikan walaupun harus bangkit dengan keadaan dan pikiran yang sedang tidak baik-baik saja, hingga pada hari ini dapat menyelesaikan Tugas Akhir.

13. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Adiani Mega Anisah atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terima kasih kepada diri sendiri yang melewati lika liku kehidupan hingga sekarang. Terima kasih pada hati yang masih tetap tegar dan dikhlas menjalani semuanya. Terima kasih pada raga dan jiwa yang masih tetap kuat dan waras hingga sekarang. Saya bangga pada diri saya sendiri. Kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi mejadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Dengan demikian, harapannya adalah bahwa karya akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca secara umum, dan khususnya bagi saya sendiri. Mohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan tugas akhir ini. Saya mengharapkan masukan dan saran yang bersifat konstruktif, sehingga dapat menyempurnakan karya ini dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi pembaca serta penelitian selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb



Jakarta, 15 Februari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Adiani Mega Anisah', written in a cursive style.

**Adiani Mega Anisah
203402516334**

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Manajemen Pemasaran	11
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
b. Fungsi-Fungsi Pemasaran	12
c. Bauran Pemasaran.....	12
d. Tujuan Pemasaran	13
2. Keputusan Pembelian	14
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
b. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	15
c. Proses Keputusan Pembelian	15
d. Indikator Keputusan Pembelian	17
3. <i>Brand Ambassador</i>	17

a. Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	17
b. Peranan <i>Brand Ambassador</i>	18
c. Indikator <i>Brand Ambassador</i>	19
4. <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	20
a. Pengertian <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	20
b. Faktor yang Mempengaruhi <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i>	21
c. Indikator <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i>	22
5. Kualitas Produk	22
a. Pengertian Kualitas Produk.....	22
b. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	23
c. Indikator Kualitas Produk	24
6. Model AIDA.....	25
B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	26
1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	26
2. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	26
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	27
C. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian	28
D. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Objek Penelitian.....	35
B. Data Penelitian	35
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	35
a. Sumber Data.....	35
b. Jenis Data	35
2. Populasi dan Sampel.....	36
a. Populasi.....	36
b. Sampel.....	36
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	37
C. Definisi Operasional Variabel.....	38
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	40
1. Metode Analisis	40
a. Analisis Deskriptif	40

b. Analisis Inferensial	40
c. Analisis Regresi Linier Berganda	41
2. Uji Instrumen	41
a. Uji Validitas	42
b. Uji Reabilitas.....	42
3. Uji Asumsi Klasik	42
a. Uji Normalitas	43
b. Uji Multikolonieritas	43
c. Uji Heteroskedastisitas	43
d. Uji Autokolerasi	44
4. Uji Kelayakan Model.....	44
a. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	44
b. Uji F	45
5. Uji Hipotesis (uji t)	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Hasil Penelitian	46
1. Deskripsi Objek Penelitian	46
2. Scarlett Whitening	46
a. Sejarah Singkat Perusahaan	46
b. Visi dan Misi ScarlettWhitening.....	47
3. Karakteristik Responden.....	48
a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	48
b. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	49
c. Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan	51
d. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	53
4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	54
a. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	54
b. Analisis Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	55
c. Analisis Deskriptif <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X2).....	56
d. Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X3).....	58
e. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	59
5. Uji Instrumen	60

a. Uji Validitas	60
b. Uji Reliabilitas	61
6. Uji Asumsi Klasik	62
a. Uji Normalitas	62
b. Uji Multikolinearitas	63
c. Uji Heterokedastisitas	64
d. Uji Autokolerasi	65
7. Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
8. Uji Kelayakan Model.....	67
a. Uji F	67
b. Koefisien Determinasi (R^2)	68
c. Uji T (Uji Hipotesis)	69
B. Pembahasan.....	71
1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	71
2. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	72
3. Pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	75
DATAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Rujukan Penelitian	29
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert	38
Tabel 3. 2 Defini Operasional Variabel	39
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	53
Tabel 4.5 Insrument Skala Likert	54
Tabel 4.6 Tabel Skor Mean <i>Brand Ambassador</i> (X1)	55
Tabel 4.7 Tabel Skor Mean <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X2)	56
Tabel 4.8 Kualitas Produk (X3)	58
Tabel 4. 9 Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.12 Uji Normalitas	62
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4. 14 Uji Heterokedastisitas	64
Tabel 4.15 Uji Autokolerasi	65
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4.17 Uji Kelayakan Model (Uji f)	68
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi (R^2)	69
Tabel 4.19 Uji t (uji hipotesis)	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 10 Brand Produk Perawatan Kecantikan Terlaris di E-Commerce Tahun 2022	2
Gambar 1. 2 Data Penjualan Skincare Scarlett Whitening Tahun 2019-2021	3
Gambar 1. 3 Data Penjualan Skincare Scarlett Whitening Tahun 2022-2023	4
Gambar 1. 4 <i>Brand Ambassador Scarlett EXO: Glow TO YOU</i>	6
Gambar 4.1 Logo Scarlett Whitening	47
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	52
Gambar 4. 5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	53



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden.....	88
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data Output SPSS 23.....	99

