

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING* DI INSTAGRAM OFFICIAL @SCARLETT\_WHITENING**

**TUGAS AKHIR**

PUTRI SHAKILA AMELIA

203402516313



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

**2024**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
*SCARLETT WHITENING* DI INSTAGRAM OFFICIAL  
@SCARLETT\_WHITENING**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**TUGAS AKHIR**

**PUTRI SHAKILA AMELIA**

203402516313



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

**2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

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

**“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING* DI INSTAGRAM OFFICIAL**

**@SCARLETT\_WHITENING”**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 18 Februari 2024



Putri Shakila Amelia

203402516313

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*  
DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING* DI  
INSTAGRAM OFFICIAL @SCARLETT\_WHITENING

Nama Mahasiswa : Putri Shakila Amelia

Nomor Pokok : 203402516313

Program Studi : Manajemen



Jakarta, 23 Februari 2024

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir : PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*  
DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT* WHITENING DI  
INSTAGRAM OFFICIAL @SCARLETT\_WHITENING

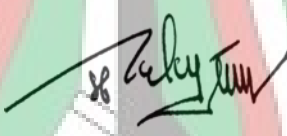
Nama Mahasiswa : Putri Shakila Amelia

Nomor Pokok : 203402516313

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Diserahkan oleh Panitia Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui  
Pembimbing Tugas Akhir


  
Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.

Ketua Penguji

Anggota Penguji

  
Dr. Hasanudin, S.E., M.M.

Dr. Hasanudin, S.E., M.M.

  
Atsari Sujud, S.E., M.M.

Mengetahui

Dekan FEB



Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec.. Ph

## ABSTRAK

### PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI INSTAGRAM OFFICIAL @SCARLETT\_WHITENING

Oleh:

Putri Shakila Amelia

203402516313

Tugas Akhir ini dibawah bimbingan Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dalam variabel independen penelitian ini berupa variabel *brand ambassador*, variabel *brand image* dan variabel *brand awareness* terhadap variabel dependen penelitian ini berupa variabel keputusan pembelian produk scarlett whitening di Instagram official @scarlett\_whitening. Metode dalam penelitian ini berupa *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang merupakan responden penelitian ini berjumlah 100 dengan teknik *non-probability sampling*. Dalam menggunakan teknik *non-probability sampling* diharapkan sampel sesuai dengan syarat atau kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data yang digunakan berupa primer dengan menyebarkan kuesioner dengan uji model berupa Regresi Linear Berganda yang diolah menggunakan SPSS 25.

Hasil ditemukan setelah dianalisis menggunakan olah data dengan kesimpulan sebagai berikut *brand ambassador*, *brand image* dan *brand awareness* bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening di Instagram official @scarlett\_whitening.

Kata Kunci: *brand ambassador*, *brand image*, *brand awareness*, *keputusan pembelian*

## ABSTRACT

### **THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE AND BRAND AWARENESS ON DECISION TO PURCHASE SCARLETT WHITENING ON INSTAGRAM OFFICIAL @SCARLETT\_WHITENING**

By:

*Putri Shakila Amelia*

203402516313

*Dissertation under the supervision of DR. Subur Karyatun, S.E., M.M*

*This research aims to determine the influence of the independent variables of this research in the form of brand ambassador variables, brand image variables and brand awareness variables on the dependent variable of this research in the form of purchasing decision variables for Scarlett Whitening products on the official Instagram @scarlett\_whitening. The method in this research is non-probability sampling with a purposive sampling method. The sample of respondents for this research was 100 using a non-probability sampling technique. When using non-probability sampling techniques, it is hoped that the sample meets the requirements or criteria required in this research. The data used is primary by distributing questionnaires with model testing in the form of Multiple Linear Regression which is processed using SPSS 25.*

*The results were found after being analyzed using data processing with the following conclusions: brand ambassador, brand image and brand awareness have a positive and significant influence on purchasing decisions for Scarlett Whitening products on the official Instagram @scarlett\_whitening.*

*Keywords: brand ambassador, brand image, brand awareness, purchase decision*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. BIODATA DIRI

Nama : Putri Shakila Amelia  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 14 Juli 2002  
Agama : Islam  
Alamat : Jln Desa Putra Gg. Delima V Rt12/05 No.24  
No Handphone : 085947592833  
Status : Belum Menikah  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Email : [putrishakilajks@gmail.com](mailto:putrishakilajks@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2008 – 2014 : SDN 08 Pagi Jakarta
2. 2014 – 2017 : MTSN 4 Jakarta
3. 2017 – 2020 : SMKN 62 Jakarta
4. 2020 – 2024 : Universitas Nasional





## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan Syukur tak terhingga penulis panjatkan kepada Allah SWT berkat Rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Instagram Official @scarlett\_Whitening” untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Saya menyadari penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari adanya bantuan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. yang merupakan Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. yang merupakan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. yang merupakan Wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi serta Dosen Pembimbing Akademik Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. yang merupakan Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang sudah bersedia membimbing serta mengarahkan penyusun dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Semua Dosen Universitas Nasional terkhusus Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Semua Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang sudah mempermudah proses administrasi berlangsung.
8. Bapak Abdul Rahmat dan Mama Retno Herawati yang merupakan kedua orang tua penulis yang sudah memberikan bantuan serta dukungan tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

9. Kepada teman-teman seperjuangan saya Dina Eka, Evi Oktapiani, Mutiara Zahrani dan Putri Nhira yang telah memberikan motivasi dukungan dan bantuan selama penulis menempuh masa studi hingga proses penyusunan Tugas Akhir dapat terselesaikan.
10. Kepada teman kproers saya Salsa, Adel, Acid, Holifah, Fitria dan Ka Inash yang telah memberi motivasi dan selalu memberikan dukungan kepada penulis.
11. Kepada seluruh responden atas ketersediaanya membantu proses pengerjaan Tugas Akhir ini
12. Seluruh pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penyusun menyadari sepenuhnya bahwa hasil penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunan dalam penulisan. Dari pada itu, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi Pembaca.



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
A. Manajemen Pemasaran .....	7
1. Pengertian Pemasaran.....	7
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
3. Bauran Pemasaran .....	8
4. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	8
5. Keputusan Pembelian .....	9
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	9
b. Tahapan Keputusan Pembelian.....	9
c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	11
d. Indikator Keputusan Pembelian.....	11
6. <i>Brand Ambassador</i> .....	12
a. Pengertian <i>Brand Ambassador</i> .....	12
b. Fungsi dan Manfaat adanya <i>Brand Ambassador</i> .....	12
c. Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	12
7. <i>Brand Image</i> .....	14

a.	Pengertian <i>Brand Image</i> .....	14
b.	Faktor – Faktor <i>Brand Image</i> .....	14
c.	Indikator <i>Brand Image</i> .....	15
8.	<i>Brand Awareness</i> .....	16
a.	Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....	16
b.	Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	16
c.	Indikator <i>Brand Awareness</i> .....	17
B.	Keterkaitan Antar Variabel.....	18
1.	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	18
2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	18
3.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	19
C.	Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian .....	20
D.	Kerangka Analisis.....	22
E.	Hipotesis .....	23
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
A.	Objek Penelitian .....	24
B.	Data Penelitian.....	24
1.	Sumber Data dan Jenis Data.....	24
a.	Sumber Data .....	24
b.	Jenis Data.....	24
2.	Populasi dan Sampel.....	25
a.	Populasi.....	25
b.	Sampel .....	25
3.	Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	26
C.	Definisi Operasional Variabel .....	26
D.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	27
1.	Metode Analisis Data .....	28
a.	Analisis Deskriptif .....	28
b.	Analisis Inferensial .....	28
c.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	28
2.	Uji Instrumen Penelitian.....	29
a.	Uji Validitas .....	29

b. Uji Reliabilitas .....	29
3. Uji Asumsi Klasik .....	29
a. Uji Normalitas.....	29
b. Uji Multikolinearitas .....	30
c. Uji Heteroskedastisitas .....	30
d. Uji Autokorelasi.....	31
4. Uji Kelayakan Model .....	31
a. Uji F.....	31
b. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	32
5. Uji Hipotesis (Uji t).....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
A. Hasil Penelitian.....	33
1. Deskripsi Data Penelitian .....	33
2. Karakteristik Responden .....	33
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	36
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian .....	37
a. Analisis Deskriptif .....	37
b. Analisis Inferensial .....	42
c. Uji Instrumen .....	43
d. Uji Asumsi Klasik.....	44
e. Uji Kelayakan Model.....	47
f. Uji t (Uji Hipotesis Penelitian) .....	48
B. Pembahasan .....	50
1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	50
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	50
3. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	51
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>53</b>
A. Kesimpulan.....	53

B. Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>58</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	26
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	36
Tabel 4.8 Total Mean dan Total Mean Average <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	38
Tabel 4.9 Total Mean dan Total Mean Average <i>Brand Image</i> (X2).....	39
Tabel 4.10 Total Mean dan Total Mean Average <i>Brand Awareness</i> (X3) .....	40
Tabel 4.11 Total Mean dan Total Mean Average Keputusan Pembelian (Y).....	41
Tabel 4.12 Output Regresi Linear Berganda .....	42
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4.15 Output Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.16 Output Uji Multikolinieritas .....	45
Tabel 4.17 Output Uji Glejser (Heteroskedastisitas) .....	46
Tabel 4.18 Output Uji Autokorelasi.....	47
Tabel 4.19 Output Uji Kelayakan Model (Uji F).....	47
Tabel 4.20 Output Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
Tabel 4.21 Output Uji t .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Followers Instagram @scarlett_whitening .....	2
Gambar 1.2 Data Brand Perawatan Wajah Terlaris 2022 .....	2
Gambar 2.3 Kerangka Analisis .....	22
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	35
Gambar 4.6 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Gambar 4.7 Diagram Responden Berdasarkan Pendapatan.....	37

