



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH PROGRAM #SCARLETTBEAUTYIMPACT DONASI
UNTUK PALESTINA TERHADAP CITRA MEREK SCARLETT
(Studi Survei Followers Instagram @Scarlett_whitening)**

SKRIPSI

Avira Nur Alliza

NPM. 203516516437

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE IMPACT OF THE #SCARLETTBEAUTYIMPACT DONATION
PROGRAM FOR PALESTINE ON SCARLETT BRAND IMAGE
(Survey Study of Instagram Followers @Scarlett_whitening)**

SKRIPSI

**This essay is submitted in full compliance with several requirements for a
Bachelor's degree Degree in Communication Sciences (S.I.Kom)**

Avira Nur Alliza

NPM. 203516516437

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
NATIONAL UNIVERSITY**

JAKARTA

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH PROGRAM #SCARLETTBEAUTYIMPACT DONASI
UNTUK PALESTINA TERHADAP CITRA MEREK SCARLETT
(Studi Survei Followers Instagram @Scarlett_whitening)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

Avira Nur Alliza

NPM. 203516516437

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Avira Nur Alliza

NPM : 203516516437

Judul Skripsi : Pengaruh Program #ScarlettBeautyImpact Donasi Untuk Palestina Terhadap Citra Merek Scarlett (Studi Survei Followers Instagram @Scarlett_Whitening)

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Program #ScarlettBeautyImpact Donasi Untuk Palestina Terhadap Citra Merek Scarlett (Studi Survei Followers Instagram @Scarlett_Whitening)” merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan murni serta asli dari saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apa bila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat .

Jakarta, 14 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Avira Nur Alliza

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

 **UNIVERSITAS NASIONAL**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Avira Nur Alliza
NPM : 203516516437
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Penelitian : Pengaruh Program #Scarlettbeautyimpact Donasi Untuk Palestina terhadap Citra Merek Scarlett (Studi Survei Followers Instagram @Scarlett_Whitening)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

Disetujui Untuk Diajukan
Jakarta 6 Februari 2025

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing : 
Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi : 
Djujur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si

LEMBAR PENGSAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

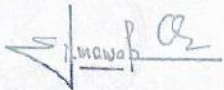
Nama : Ayira Nur Aliza
NPM : 203516516437
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : Pengaruh Program #ScarlettBeautyImpact Donasi Untuk Palestina Terhadap Citra Merek Scarlett (Studi Survei Followers Instagram @Scarlett Whitening)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 20 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Erna Ermawati Chotim., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama Mahasiswa : Avira Nur Alliza
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516437
Konsentrasi : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Program #scarlettbeautyimpact Donasi Untuk Palestina Terhadap Citra Merek Scarlett (Studi Survei Followers Instagram @Scarlett_whitening)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

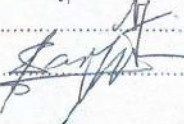
Pengusi I : Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.Kom.

Penguji II : Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

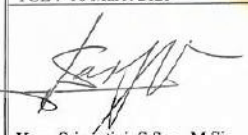
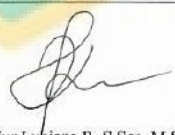
Ditetapkan di :

Pada Tanggal :

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

	UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	
Nama Mahasiswa	: Avira Nur Alliza
Nomor Pokok Mahasiswa	: 203516516437
Fakultas / Akademik	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsetrasi	: Ilmu Komunikasi (Periklanan)
Judul Skripsi	: Pengaruh Program #Scarlettbeautyimpact Donasi Untuk Palestina Terhadap Citra Merek Scarlett (Studi Survei Followers Instagram @Scarlett_Whitening)
Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 14 Maret 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".	
Jakarta, 18 Maret 2025	
Ketua Sidang	: Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. 
Penguji I	: Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.Kom 
Penguji II	: Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.
<u>Keterangan :</u> *) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.	

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI		
Nama	: Avira Nur alliza	
NPM	: 203516516437	
Fakultas/Akademik	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	
Prodi & Konsetrasi	: Ilmi Komunikasi / Periklanan	
Tanggal Sidang	: 14 Maret 2025	
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA		
PENGARUH PROGRAM #SCARLETTBEAUTYIMPACT DONASI UNTUK PALESTINA TERHADAP CITRA MEREK SCARLETT (Studi Survei Followers Instagram @Scarlett_whitening)		
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS		
THE IMPACT OF THE #SCARLETTBEAUTYIMPACT DONATION PROGRAM FOR PALESTINE ON SCARLETT BRAND IMAGE (Survey Study of Instagram Followers @Scarlett_whitening)		
TANDA TANGAN DAN TANGGAL		
Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 18 Maret 2025	TGL : 18 Maret 2025	TGL : 18 Maret 2025
		
Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.	Djujur Luciana R., S.Sos, M.Si.	Avira Nur Alliza

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan seluruh alam semesta dengan segala kehendak dan nikmatnya, nikmat iman, nikmat sehat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir. Sholawat dan juga salam tak lupa dihaturkan kepada junjungan kita, Baginda Nabi besar Muhammad SAW yang telah menuntun umat dan menjadi panutan dari zaman dulu hingga kini.

Setelah melalui perjalanan yang cukup panjang diperkuliahan, sehingga kini penulis berhasil dalam menyelesaikan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Program #Scarlettbeautyimpact Donasi Untuk Palestina Terhadap Citra Merek Scarlett (Studi Survei Followers Instagram @Scarlett_Whitening)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Strata Satu (S1) di Universitas Nasional Jakarta. Dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk menyempurnakan penyusunan karya ilmiah yang selanjutnya.

Dalam proses penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan dan juga rintangan yang dilalui. Namun berkat dukungan serta doa banyak pihak skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
3. Djujur Luciana Radjagukguk, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional

4. Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si. selaku dosen Pembimbing skripsi saya, yang telah banyak membantu saya dalam proses penyusunan skripsi yang berat ini dan terimakasih atas ilmu yang telah diberikan, motivasi, dan juga semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Masnah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah membimbing penulis dari awal semester hingga saat ini.
6. Seluruh Staff dan Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional yang telah berperan penting dalam proses perkuliahan, memberikan ilmu serta wawasan dan pengalaman yang mempermudah pada masa studi
7. Kepada Orang Tua penulis Mama Rini Alihayati, dan Ayah saya Jaelani yang tiada hentinya memberikan doa, dukungan, semangat, dan memotivasi penulis baik secara moral dan materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, kalian lah motivasi utama bagi saya.
8. untuk nenek saya rohayati, terimakasih atas doa yang tiada henti kau ucapkan untuk ku, terimakasih sudah membesarkan ku dari kecil dan terus menyayangiku sampai sekarang.
9. Kepada Kakak – kakak saya tercinta , Rahmat Ikbal, Dwi Gita Anjani, Dinar Cinthya dwi, Ilham Fikry. Yang selalu mendukung dan memberikan semangat tiada henti.
10. Untuk Auzi Anasykurorizki, terima kasih sudah menjadi pendamping setia dalam melewati berbagai tantangan dan rintangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas dukungan, waktu, tenaga, pengertian, kesabaran dan kasih sayang yang sudah diberikan kepada saya.
11. Kepada teman ku Fanisa, terimakasih sudah membantu, membimbing serta memberikan masukan dan semangat nya untuk saya, berkat mu saya

bisa mengerjakan skripsi ini dengan baik.

12. Seluruh teman – teman saya, yang berada di grup Anak buah aba, le serapim, kita cuma teman, ilang-ilangan, tololabis. Terimakasih sudah menemani saya, menghibur, dan memberikan saya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

13. Untuk Avira Nur alliza, terimakasih sudah bertahan, terimakasih sudah berjuang, terimakasih sudah kuat untuk terus maju, saya yakin kamu bisa melewati segala rintangan dan cobaan walau sulit tapi Jangan menyerah ya terus ingat ada dua orang tua yang harus kamu bahagiakan.



ABSTRAK

Nama : Avira Nur Alliza
NPM : 203516516437
Progam Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Program #scarlettbeautyimpact Donasi Untuk Palestina Terhadap Citra Merek Scarlett
Dosen Pembimbing : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Pada akhir tahun 2023, di Indonesia terjadi aksi boikot product yang di anggap mendukung konflik Israel dan Palestina, Salah satu yang terkena dampak aksi tersebut adalah Scarlett. Scarlett yang bergerak dibidang produk kecantikan akhirnya mengambil langkah dengan membuat Program #scarlettbeautyimpact yang merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dari Scarlett yang salah satunya diwujudkan melalui donasi untuk Palestina. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh program #ScarlettBeautyImpact donasi untuk Palestina terhadap citra merek scarlett. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel penelitian sebanyak 400 responden yang merupakan followers Instagram Scarlett. Data dianalisis menggunakan teknik analisis regresi dan korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara program #scarlettbeautyimpact donasi untuk Palestina terhadap citra merek Scarlett. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien korelasi sebesar 0,769 dan koefisien determinasi sebesar 59,1%. Artinya, semakin baik persepsi konsumen terhadap program #scarlettbeautyimpact donasi untuk Palestina, semakin positif pula citra merek Scarlett di mata konsumen. Hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti bahwa program #scarlettbeautyimpact donasi untuk Palestina memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra merek Scarlett.

Kata Kunci : Program #Scarlettbeautyimpact, Citra merek, Scarlett

ABSTRACT

Name : Avira Nur Alliza
NPM : 203516516437
Study Program : Communication Science
Title : The Influence of the #scarlettbeautyimpact Donation Program
for Palestine on Scarlett's Brand Image
Counsellor : Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Sc.

At the end of 2023, in Indonesia there was a boycott of products that were considered to support the Israeli and Palestinian conflict. One of those affected by the action was Scarlett. Scarlett, which is engaged in beauty products, finally took steps by creating the #scarlettbeautyimpact Program which is a form of corporate social responsibility (CSR) from Scarlett, one of which is realized through donations to Palestine. This study aims to determine the effect of the #ScarlettBeautyImpact donation program for Palestine on Scarlett's brand image. This study uses a quantitative method with a survey approach. The research sample was 400 respondents who were Scarlett's Instagram followers. The data was analyzed using regression and correlation analysis techniques. The results of the study indicate that there is a positive and significant influence between the #scarlettbeautyimpact donation program for Palestine on Scarlett's brand image. This is indicated by a correlation coefficient of 0.769 and a determination coefficient of 59.1%. This means that the better the consumer's perception of the #scarlettbeautyimpact donation program for Palestine, the more positive the Scarlett brand image in the eyes of consumers. The null hypothesis (H0) is rejected and the alternative hypothesis (Ha) is accepted, which means that the #scarlettbeautyimpact donation program for Palestine has a significant influence on Scarlett's brand image.

Keywords: #Scarlettbeautyimpact Program, Brand image, Scarlett

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	I
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	V
KATA PENGANTAR	VII
ABSTRAK	X
ABSTRACT	XI
DAFTAR ISI	XII
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR	XVII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat teoritis	7
1.4.2. Manfaat praktis	7
1.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Teori Image Restoration (TIR)	17
2.3 Hipotesis	19
2.4 Definisi Konseptual	20
2.4.1 Citra Merek	20
2.4.2 Scarlettwhitening	22
2.4.3 Media Sosial Instagram	23
2.4.4 Program #ScarlettBeautyImpact	25
2.4.6 CSR	26
2.4 Kerangka Berpikir	28
BAB III METODELOGI PENELITIAN	29
3.1 Pendekatan Penelitian dan Taraf Signifikansi Riset	29
3.2 Metode dan Sifat Penelitian	31
3.3 Data Penelitian, Jenis Data, dan Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1 Data Penelitian	32
3.3.2 Jenis Data	33
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4 Skala Ukur Data Atau Variabel Riset	35
3.5 Oprasionalisasi Konsep	37
3.6 Populasi, Ukuran Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	40
3.6.1 populasi	40
3.6.2 Ukuran Sempel	40
3.7 Teknik Pengambilan sampel	43
3.6 Uji validitas dan reliabilitas instrumen riset	43
3.6.1 Uji Validitas	46
3.6.2 Uji Reliabilitas Instrumen Riset	46
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	47
3.7.1 Teknik Pengolahan	47
3.7.2 Analisi Data	48
3.8 Perencanaan Jadwal Penelitian	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Profil Responden	55
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	56
4.1.2 Usia Responden	56
4.1.3 Pekerjaan Responden	56
4.1.4 Domisili Responden	57
4.2 Gambaran Data Deskriptif Program #ScarlettBeautyImpact Donasi untuk Palestina (Variabel X)	58
4.2.1 Dimensi Corporate philanthropy	58
4.2.2 Dimensi Corporate Development	67
4.3 Gambaran Data Deskriptif Citra Merek (Variabel Y)	75
4.3.1 Dimensi Identitas merek (brand identity)	75
4.3.2 Dimensi Personalitas merek (Brand Personality)	85
4.3.3 Dimensi Asosiasi merek (brand Association)	93
4.3.4 Dimensi Sikap dan perilaku merek (Brand attitude & Behavior)	103
4.3.5 Dimensi Manfaat dan keunggunan merek (brand Benefit & Competence)	114
4.3.6 Koefisien Korelasi Product Moment	124
4.3.7 Koefisien Determinasi	126
4.3.9 Uji Hipotesis (Uji t)	129
4.4 Pembahasan	130
BAB V	132
PENUTUP	132
5.1 Kesimpulan	132
5.2 Saran	132
LAMPIRAN	136



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.2 Kekurangan Riset Sebelumnya dan Kelebihan Riset Peneliti.....	17
Tabel 3.4.1 Bobot Kuesioner Berdasarkan Pada Metode Skala Likert.....	37
Tabel 3.5.1 Oprasionalisasi Konsep.....	38
Tabel 3.6.1.1 Daftar Sempel Uji Validitas.....	46
Tabel 3.6.1.2 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 3.6.1.3 Hasil Uji Variabel X dan Y.....	49
Tabel 3.7.2.1.1 Tingkat Keeratan Korelasi.....	53
Tabel 3.8.1 Perencanaan Jadwal Penelitian.....	57
Tabel 4.1.1.1 Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4.1.2.1 Usia Resonden	59
Tabel 4.1.3.1 Pekerjaan Responden	59
Tabel 4.1.4.1 Domisili Responden	60
Tabel 4.2.1.1.1 Menurut Anda Program #ScarlettBeautyImpact Donasi Untuk Palestina Merupakan bentuk kepedulian yang tulus?.....	61
Tabel 4.2.1.1.2 Dengan Adanya Program #ScarlettBeautyImpact Donasi Untuk Palestina Ini Dapat Mendorong masyarakat Untuk Ikut Peduli Terhadap Palestina.....	62
Tabel 4.2.1.1.3 Apakah Menyury Anda Program #ScarlettBeautyImpact Penting Dalam Membantu Masyarakat Palestina.....	63
Tabel 4.2.1.1.4 Apakah Program #ScarlettBeautyImpact Ini Layak Untuk Didukung.....	63
Tabel 4.2.1.2.1 Gambaran Dimensi Corporate Giving.....	65
Tabel 4.2.1.2.1 Gambaran Dimensi Corporate Giving Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	66
Tabel 4.2.1.2.3 Gambaran Dimensi Corporate Giving Berdasarkan Umur Responden.....	66
Tabel 4.2.1.2.4 Gambaran Dimensi Corporate Giving Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	68
Tabel 4.2.1.2.5 Gambaran Dimensi Corporate Giving Berdasarkan Domisili Responden.....	69
Tabel 4.2.2.1.1 Apakah Anda Menganggap Donasi Scarlett Untuk palestina Sebagai Bentuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan?.....	71
Tabel 4.2.2.1.2 Anda Tertarik Untuk Ikut Berpartisipasi Dalam Program #ScarlettBeautyImpact Donasi Untuk Palestina.....	72
Tabel 4.2.2.1.3 Apakah Aksi Boikot Yang Pernah Terjadi Membuat Anda Meragukan Ketulusan Program #ScarlettBeautyImpact.....	73
Tabel 4.2.2.1.4 Dengan Adanya Program #ScarlettBeautyImpact Memuat Anda Ingin Membeli Product Scarlett.....	73
Tabel 4.2.2.2.1 Gambaran Dimensi corporate philanthropy.....	75
Tabel 4.2.2.2.2 Gambaran Dimensi corporate philanthropy Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	76
Tabel 4.2.2.2.3 Gambaran Dimensi corporate philanthropy Berdasarkan umur Responden.....	76
Tabel 4.2.2.2.4 Gambaran Dimensi corporate philanthropy Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	78
Tabel 4.2.2.2.5 Gambaran Dimensi corporate philanthropy Berdasarkan domisili Responden.....	79
Tabel 4.2.3.1.1 Menurut anda apakah program #ScarlettBeautyImpact donasi untuk Palestina merupakan upaya yang efektif dalam membangun citra positif scarlett sebagai merek yang peduli akan sosial?.....	82

Tabel 4.2.3.2.1 Gambaran Dimensi Corporate Community Relation.....	84
Tabel 4.2.3.2.2 Gambaran Dimensi Corporate Community Relation Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	84
Tabel 4.2.3.2.3 Gambaran Dimensi Corporate Community Relation Berdasarkan umur Responden.....	85
Tabel 4.2.3.2.4 Gambaran Dimensi Corporate Community Relation Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	86
Tabel 4.2.3.2.5 Gambaran Dimensi Corporate Community Relation Berdasarkan domisili Responden.....	88
Tabel 4.2.4.1.1 Apakah Anda percaya program ini memberikan kontribusi jangka panjang bagi kesejahteraan masyarakat Palestina?.....	90
Tabel Seberapa besar Anda setuju bahwa program ini dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat Palestina?.....	91
Tabel Apakah Anda merasa donasi yang diberikan oleh Scarlett telah digunakan secara efektif untuk membantu masyarakat Palestina?.....	92
Tabel Gambaran Dimensi Corporate Development.....	93
Tabel 4.2.4.2.2 Gambaran Dimensi Corporate Development Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	94
Tabel 4.2.4.2.3 Gambaran Dimensi Corporate Development Berdasarkan umur Responden.....	95
Tabel 4.2.4.2.4 Gambaran Dimensi Corporate Development Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	96
Tabel 4.2.4.2.5 Gambaran Dimensi Corporate Development Berdasarkan domisili Responden.....	98
Tabel 4.3.1.1.1 Saya lebih mudah mengenali logo Scarlett diantara merek lain nya.....	100
Tabel 4.3.1.1.2 Menurut saya logo scarlett memberikan kesan simpel dan elegan.....	101
Tabel 4.3.1.2.1 Warna Scarlett mengingatkan saya pada kualitas yang tinggi.....	101
Tabel 4.3.1.3.1 Selogan scarlett “Reveal Your Beauty” menggambarkan rasa percaya diri.....	102
Tabel Gambaran Dimensi Identitas merek (brand identity).....	104
Tabel Gambaran Dimensi Identitas merek (brand identity) Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	104
Tabel 4.3.1.4.3 Gambaran Dimensi Identitas merek (brand identity) Berdasarkan umur Responden.....	105
Tabel 4.3.1.4.4 Gambaran Dimensi Identitas merek (brand identity) Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	106
Tabel Gambaran Dimensi Identitas merek (brand identity) Berdasarkan domisili Responden.....	108
Tabel 4.3.2.1.1 Apakah Anda merasa merek Scarlett memiliki kepribadian yang berbeda dengan merek kecantikan lainnya?.....	110
Tabel 4.3.2.2.1 Gambaran Dimensi Personalitas merek (Brand Personality).....	112
Tabel Gambaran Dimensi Personalitas merek (Brand Personality) Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	112
Tabel 4.3.2.2.3 Gambaran Dimensi Personalitas merek (Brand Personality) Berdasarkan umur Responden.....	113
Tabel 4.3.2.2.4 Gambaran Dimensi Personalitas merek (Brand Personality) Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	114
Tabel 4.3.2.2.5 Gambaran Dimensi Personalitas merek (Brand Personality) Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	116
Tabel 4.3.3.2.1 Apakah Anda menganggap Scarlett sebagai merek yang peduli terhadap isu sosial?.....	118
Tabel 4.3.3.1.1 Apakah Anda menganggap produk Scarlett memiliki kualitas yang setara dengan merek internasional?.....	119
Tabel 4.3.3.2.2 Apakah menurut anda merek Scarlett adalah produk perawatan kulit	

yang efektif?.....	119
Tabel 4.3.3.3.1 Gambaran Dimensi Asosiasi merek (brand Association).....	121
Tabel 4.3.3.3.2 Gambaran Dimensi Asosiasi merek (brand Association) Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	122
Tabel 4.3.3.3.3 Gambaran Dimensi Asosiasi merek (brand Association) Berdasarkan umur Responden.....	122
Tabel 4.3.3.3.4 Gambaran Dimensi Asosiasi merek (brand Association) Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	124
Tabel 4.3.3.3.5 Gambaran Dimensi Asosiasi merek (brand Association) Berdasarkan domisili Responde.....	126
Tabel 4.3.4.1.1 Apakah Anda merasa merek Scarlett sering berkomunikasi dengan konsumen melalui media sosial?.....	128
Tabel 4.3.4.1.2 Dalam mengatasi isu boikot Apakah Scarlett memberikan respon yang memadai terhadap kritik dan pertanyaan terkait program donasi untuk Palestina?.....	129
Tabel 4.3.4.1.3 Saya merasa didengarkan oleh pihak Scarlett ketika menyampaikan keluhan atau masukan.....	130
Tabel 4.3.4.2.1 Gambaran Dimensi Sikap dan perilaku merek (Brand attitude & Behavior).....	132
Tabel 4.3.4.2.2 Gambaran Dimensi Sikap dan perilaku merek (Brand attitude & Behavior) Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	132
Tabel 4.3.4.2.3 Gambaran Dimensi Sikap dan perilaku merek (Brand attitude & Behavior) Berdasarkan umur Responden.....	133
Tabel 4.3.4.2.4 Gambaran Dimensi Sikap dan perilaku merek (Brand attitude & Behavior) Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	134
Tabel Gambaran Dimensi Sikap dan perilaku merek (Brand attitude & Behavior) Berdasarkan domisili Responden.....	136
Tabel 4.3.5.1.1 Dalam mengatasi isu boikot Apakah Anda masih percaya bahwa produk Scarlett memiliki keunggulan setelah mengetahui program donasi untuk Palestina?.....	139
Tabel 4.3.5.2.1 Apakah Anda mengurangi pembelian produk Scarlett setelah adanya aksi boikot?.....	140
Tabel 4.3.5.3.1 Gambaran Dimensi Manfaat dan keunggulan merek (brand Benefit & Competence).....	142
Tabel 4.3.5.3.2 Gambaran Dimensi Manfaat dan keunggulan merek (brand Benefit & Competence) Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	142
Tabel 4.3.5.3.3 Gambaran Dimensi Manfaat dan keunggulan merek (brand Benefit & Competence) Berdasarkan umur Responden.....	143
Tabel 4.3.5.3.4 Gambaran Dimensi Manfaat dan keunggulan merek (brand Benefit & Competence) Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	144
Tabel Gambaran Dimensi Manfaat dan keunggulan merek (brand Benefit & Competence) Berdasarkan domisili Responden.....	146
Tabel 4.3.6.1 Tingkat Keeratan Korelasi.....	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 profile @Scarlett_whitening.....	2
Gambar 1.2 data penjualan Scarlett Desember-Maret 2024.....	3
Gambar 1.6 Program #ScarleetBeautyImpact Donasi untuk Palestina.....	4
Gambar 1.4 komentar pada Program #ScarleetBeautyImpact Donasi untuk Palestina.....	5
Gambar 4.3.6.1 Hasil Koefisien Korelasi SPSS.....	150
Gambar 4.3.7.1 Hasil Koefisien Determinasi SPSS.....	151
Gambar 4.3.8.1 Hasil regresi linier sederhana.....	152
Gambar 4.3.9.1 Hasil regresi linier sederhana.....	154

