

**PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR GIRL GRUP  
TWICE*, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE SCARLETT  
WHITENING* PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL**

**TUGAS AKHIR**

**Azzahra Shifa Raida**

**193402516247**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR GIRL GRUP  
TWICE*, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE SCARLETT  
WHITENING* PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Nasional Jakarta

**Azzahra Shifa Raida**

**193402516247**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR GIRL GRUP TWICE*, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE SCARLETT WHITENING* PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan bisa diperiksa kebenarannya.

**Jakarta, 03 Februari 2023**



**Azzahra Shifa Raida**

**193402516247**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH *KREDIBILITAS BRAND*  
*AMBASSADOR GIRL GRUP TWICE, CITRAMEREK*  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*  
*SCARLETT WHITENING* PADA MAHASISWA FEB  
UNIVERSITAS NASIONAL

Nama : AZZAHRA SHIFA RAIDA  
NPM : 193402516247  
Program Studi : MANAJEMEN  
Bidang Konsentrasi : PEMASARAN

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si, M)

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



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

Jakarta: 5 Februari 2023

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KREDIBILITAS BRAND  
AMBASSADOR GIRL GRUP TWICE, CITRAMEREK  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE  
SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWA FEB  
UNIVERSITAS NASIONAL**

Nama : **AZZAHRA SHIFA RAIDA**  
NPM : **193402516247**  
Program Studi : **MANAJEMEN**

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

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Drs. Suadi Saptu Putra, M.Si, M)

Ketua Penguji

Anggota Penguji

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

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

Mengetahui,

Dekan,

(Kumba Digdowiseiso, S.E, M.App.Ec, Ph.D)

Tanggal Ujian: 22 Februari 2023

Tanggal Lulus: 22 Februari 2023

## ABSTRAK

### **PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR GIRL GRUP TWICE*, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE SCARLETT WHITENING* PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS NASIONAL**

Oleh : Azzahra Shifa Raida

NPM : 193402516247

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si, M

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador Girl Grup Twice*, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Scarlett Whitening* Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional. Penelitian ini menggunakan data primer. Teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa FEB Universitas Nasional sebanyak 100 responden yang pernah menggunakan atau yang sedang menggunakan *skincare Scarlett Whitening*. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 26.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *skincare Scarlett Whitening*. Citra Merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada *skincare Scarlett Whitening*. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *skincare Scarlett Whitening*. Berdasarkan hasil regresi didapatkan bahwa kualitas produk memiliki nilai kontribusi tertinggi terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Brand Ambassador*, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF TWICE GIRL GROUP BRAND AMBASSADOR CREDIBILITY, BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF SCARLETT WHITENING SKINCARE PRODUCTS IN FEB STUDENTS NATIONAL UNIVERSITY***

By: Azzahra Shifa Raida

NPM : 193402516247

*Final Project, under the guidance of Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si, M*

*This research was conducted to analyze the effect of brand ambassador credibility, brand image and product quality on purchasing decisions for Scarlett Whitening Skincare products for FEB students at the National University. This study uses primary data. The sampling technique was non-probability sampling with a purposive sampling method by distributing questionnaires to 100 FEB National University students who had used or were currently using Scarlett Whitening skincare. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26.0 program. The results of this study indicate that Brand Ambassadors have a positive and significant effect on purchasing decisions for Scarlett Whitening skincare. Brand image has a positive and insignificant effect on purchasing decisions for Scarlett Whitening skincare. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for Scarlett Whitening skincare. Based on the regression results, it was found that product quality has the highest contribution value to purchasing decisions in this study.*

*Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality and Purchase Decision.*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. BIODATA DIRI

Nama : Azzahra Shifa Raida  
NPM : 193402516247  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tgl. Lahir : Jakarta, 09 Agustus 2001  
Tempat Tinggal : Kp. Bale Atu, Kec. Bukit, Kab. Bener Meriah, Aceh.  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2007-2013 : SD N Bale Atu  
Tahun 2013-2016 : SMP N 1 Bener Meriah  
Tahun 2016-2019 : SMA N 1 Bener Meriah  
Tahun 2019-2023 : Universitas Nasional



Jakarta, 03 Februari 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Azzahra Shifa Raida', is placed on a light blue rectangular background.

**Azzahra Shifa Raida**

**193402516247**



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador Girl Grup Twice*, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Scarlett Whitening* Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional”. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Dalam penyusunan tugas akhir ini saya menyadari bahwa tidak akan terselesaikan tanpa adanya ridho yang Maha Kuasa, dukungan, bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan hati dan rasa hormat yang besar saya mengucapkan “Alhamdulillahirobilalamin” beserta terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
- 2) Bapak Kumba Digdowiseiso, 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. Drs. Suadi Saptu Putra, M.,Si.M 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 didik nya 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) Kepada diri sendiri yang tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun keadaan, mampu bertahan dan berjuang bangkit disetiap kesalahan dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
- 9) Kepada kedua orang tua penulis Almarhum Bapak Syech Benu.Ib dan Ibu Nurhayati yang sudah membesarkan penulis, mendukung segala kegiatan, memberikan motivasi dan semangat, mendengarkan segala keluh kesah dan selalu mendoakan penulis hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
- 10) Kepada kedua adik penulis Puan Mahara dan Qurrata Akyuni yang selalu menyemangati dan selalu mendoakan penulis hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
- 11) Kepada kakak sepupu penulis Tiya Hardiati yang selalu menyemangati, mendukung, membatu dan mendoakan penulis hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
- 12) Kepada teman seperjuangan penulis Nelisa La Nisa, Yuli Rianasari dan Syifa Umniyati yang selalu menjadi garda terdepan disaat susah maupun senang penulis dalam proses pembuatan tugas akhir ini.
- 13) Kepada sahabat penulis Rosi Panjaitan, Dila Ikel Dini, Nurhayati, Dian Arrahmah, Sindi Claudia Vannesa, Yuniza Ananda Devtin dan Nadya Karisda Siregar yang telah menemani dan mendengarkan segala keluh kesah penulis, memberikan dukungan dan saran-saran dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.

Demikianlah, semoga tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi saya. Mohon maaf apabila dalam penulisan tugas akhir ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Saya mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya menyempurnakan yang mana pada akhirnya bermanfaat bagi pembaca dan kajian selanjutnya.

WassalamualaikumWr.Wb



**Jakarta, 03 February 2023**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Azzahra Shifa Raida', is placed over a light grey rectangular background.

**Azzahra Shifa Raida**

**193402516247**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Kegunaan Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	9
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	10
B. Keputusan Pembelian.....	12
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2. Faktor-faktor Keputusan Pembelian .....	14
3. Proses Keputusan Pembelian .....	14
4. Indikator Keputusan Pembelian .....	15
C. Brand Ambassador .....	15
1. Pengertian Brand Ambassador.....	15
2. Peranan Brand Ambassador .....	16
3. Indikator Brand Ambassador .....	17
D. Citra Merek .....	18
1. Pengertian Citra Merek .....	18
2. Indikator Citra Merek.....	19

E. Kualitas Produk.....	19
1. Pengertian Kualitas Produk.....	19
2. Indikator Kualitas Produk .....	20
F. Keterkaitan antar Variabel Penelitian .....	21
1. Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian .....	21
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	22
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	22
G. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	23
H. Kerangka Analisis .....	30
I. Hipotesis.....	32

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Objek Penelitian .....	33
B. Rencana dan Tahapan Penelitian.....	33
1. Rencana Penelitian .....	33
2. Tahapan Penelitian .....	33
C. Data Penelitian.....	34
1. Sumber Data dan Jenis Data .....	34
2. Populasi Dan Sampel .....	34
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	36
D. Jenis Variabel yang Digunakan.....	37
1. Variabel Dependen.....	37
2. Variabel Independen .....	37
E. Definisi Operasional.....	37
F. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	32
1. Metode Analisis .....	39
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3. Uji Instrumen .....	40
4. Uji Asumsi Klasik.....	41
5. Uji Kelayakan Model .....	43
6. Uji Hipotesis (Uji t).....	44

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Peneliti .....	45
1. Deskripsi Data Penelitian .....	45
2. Karakteristik Responden .....	45
B. Hasil Lengkap Estimasi penelitian.....	50
1. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	50
2. Uji Instrumen.....	55
3. Uji Asumsi Klasik .....	60
4. Analisis Regresi Linear Bergand.....	64
5. Uji Kelayakan Model .....	66

C. Pembahasan ..... 69

1. Pengaruh Brand Ambassador (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..... 69

2. Pengaruh Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..... 70

3. Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..... 71

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan ..... 72

B. Saran..... 73

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Rujukan Penelitian .....	20
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	30
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Program Studi.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Umur .....	48
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 4.5 Instrument Skala Likert.....	51
Tabel 4.6 Total Skor Mean Brand Ambassador.....	51
Tabel 4.7 Total Skor Mean Citra Merek .....	52
Tabel 4.8 Total Skor Mean Kualitas Produk.....	53
Tabel 4.9 Total Skor Mean Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Brand Ambassador.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.15 Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4.18 Uji Autokorelasi.....	64
Tabel 4.19 Analisis Regresi Linier Berganda .....	64
Tabel 4.20 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	66
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi (R) .....	67
Tabel 4.22 Uji t .....	68

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 1.1 10 Brand produk Perawatan Kecantikan Terlaris di E-commerce....	2
Gambar 1.2 Data Penjualan Scarlett Whitening Tahun 2022.....	3
Gambar 1.3 Brand Ambassador Scarlett x TWICE .....	4
Gambat 2.1 Kerangka Hipotesis .....	24
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi .....	47
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	48
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50

