

PENGARUH EXO SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

SALSHA NASHIRA AINNISA

20420128

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Salsha Nashira Ainnisa
Npm : 20420128
Alamat : Gilang Rt 23 Rw 07, Taman, Sidoarjo
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul "**PENGARUH EXO BRAND AMBASSADOR, BRAND AWARENESS DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING**" adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sidoarjo, 20 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



(Salsha Nashira Ainnisa)

NPM: 20420128

**HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI**

PENGARUH EXO SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING

Diajukan oleh:

SALSHA NASHIRA AINNISA

NPM: 20420128

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Maqbula Arochman, SE, M.Ak

Tanggal 20 Juni 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM

Tanggal 20 Juni 2024

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH EXO SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND AWARENESS*
DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING**

Dipersiapkan dan

disusun oleh:

SALSHA NASHIRA AINNISA

NPM: 20420128

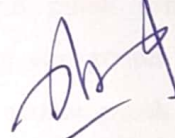
Susunan Dewan Penguji

DOSEN PEMBIMBING



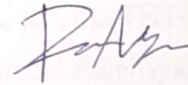
Maqbula Arochman, SE., M.Ak

KETUA TIM PENGUJI



Atty Erdiana, SE., M.Ak

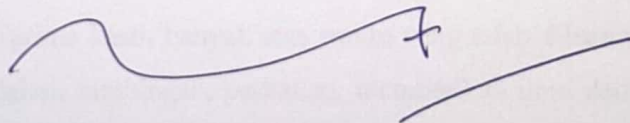
ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Dr. Dana Aditya, SE., MBA

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan Untuk memperoleh gelar
sarjana manajemen

Tanggal 10 Juli..... 2024



Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM

Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, yang senantiasa memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH EXO SEBAGAI BRAND AMBASSADOR, BRAND AWARENESS DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING”** dapat terselesaikan dengan baik, sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan dukungan, bantuan, bimbingan, nasehat dan doa dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, Khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL (K), FICS., selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Andrianto.T,SE, MM., selaku Ketua Program Studi (Kaprod) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Maqbula Arochman, SE, M.Ak., selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, kesabaran dalam bimbingan, perhatian, memberikan ilmu dan masukan yang sangat menambah pengetahuan, serta telah bersedia dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

5. Ibu Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM. selaku yang turut membantu peneliti dalam memberikan masukan dan informasi mengenai perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan berbagai ilmu dan wawasan pengetahuan selama masa perkuliahan sehingga dapat membantu penulis hingga berhasil menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga saya, Ayah, Ibu saya serta saudara saya Novita Nur yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya selama proses penyelesaian skripsi ini.
8. Sahabat saya Savira, Alvina, Indy Aura, Teresa Ika, Jenny, Eva, Sarah, Ifa dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan oleh peneliti yang telah memberikan bantuan, saran, selalu mengingatkan, memberi semangat agar tidak mudah menyerah dan selalu menerima keluh kesah agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan cepat dan baik.
9. Para responden yang telah bersedia memberikan waktu luangnya untuk mengisi kuesioner pada penelitian ini.
10. Terakhir, kepada diri saya sendiri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini dengan segala hal yang dihadapi, sudah mau untuk menepikan ego serta bisa bangkit kembali untuk menyelesaikan semuanya, tetap tegar berdiri diatas kakimu sendiri. Terima kasih telah menjadi seorang yang selalu berusaha dan tidak pernah lelah untuk mencoba kembali, serta memberanikan diri keluar dari zona nyaman untuk mencoba hal-hal baru dalam memperjuangkan gelar sarjana yang diharapkan selama ini, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Semangat.

Demikian penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan kepada saya. Dengan penuh kesadaran diri dan segala kerendahan hati penulis dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat kekurangan sehingga

mohon maaf jika ada hal yang kurang berkenan bagi pembaca. Penulis juga mengharapkan adanya kritik dan saran serta masukan dari pembaca. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, penulis selanjutnya, dan semua pihak.

Sidoarjo, 19 Juni 2024

Salsha Nashira Ainnisa

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian	14
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Manajamen Pemasaran	16
2.1.2 <i>Brand Ambassador</i>	16
2.1.3 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	19
2.1.4 <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan merek).....	20
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	22
2.1.6. Keputusan Pembelian	24
2.1.7. Hubungan Antar Variabel.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	32
2.3.1 Hipotesis	32
2.3.2 Model Analisis	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Pendekatan Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1. Populasi.....	33
3.2.2. Sampel.....	33
3.3 Identifikasi Variabel	34
3.4 Definisi Operasional Variabel	35
3.4.1. Brand Ambassador.....	35
3.4.2. Brand Awareness	35
3.4.3. Brand Trust	35
3.4.4. Keputusan Pembelian.....	36
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.5.1. Jenis Data	36
3.5.2. Sumber Data.....	36
3.7. Uji Validitas Dan Uji Reabilitas	38
3.7.1 Uji Validitas	38
3.7.2. Uji Reliabilitas	38
3.8 Teknik Analisis.....	38
3.8.1. Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.8.2. Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Objek Penelitian	40
4.1.1. Profil Scarlett Whitening	40
4.1.2. Visi Dan Misi Scarlett Whitening.....	41
4.1.3. Produk Scarlett Whitening.....	41
4.2. Deskripsi Hasil Jawaban Responden	49
4.2.1. Kriteria dan Karakteristik Responden.....	49
4.3 Analisis Model atau Pengujian Hipotesis	56
4.3.1 Hasil Uji Instrumen.....	56
4.3.2 Teknik Analisis	58
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis.....	60
4.4 Pembahasan	62

4.4.1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	63
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Saran	65
5.3 Keterbatasan Penelitian	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN I	74
LAMPIRAN II	81
LAMPIRAN III	91
LAMPIRAN IV	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Skor Dan Kategori Pengukuran Data.....	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 6 Interpretasi Skala Likert	53
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Dari Para Responden Variabel Brand Ambassador	53
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Dari Para Responden Variabel Brand Awareness	54
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Dari Para Responden Variabel Brand Trust	55
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Dari Para Responden Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R_2)	60
Tabel 4. 15 Hasil Uji T.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Yang Paling Banyak Di Beli Konsumen Perempuan Saat <i>Harbolnas</i>	6
Gambar 1. 2 10 Brand skincare Lokal Terlaris di E-Commerce.....	6
Gambar 1. 3 Data Merek Skincare terlaris di <i>E-Commerce</i>	7
Gambar 1. 4 EXO sebagai <i>Brand Ambassador</i> Scarlet Whitening.....	9
Gambar 1. 5 Exo Menjadi <i>Brand Ambassador</i> Scarlett Whitening	9
Gambar 1. 6 Bundle Spesial.....	10
Gambar 1. 7 Scarlett x EXO Glow Ambassador Special Bundle	10
Gambar 1. 8 <i>Meet and Greet</i> Exo	11
Gambar 1. 9 <i>Meet and Greet “ Glow To You”</i>	11
Gambar 2. 1 Model Analisis	32
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Scarlett Whitening	40
Gambar 4. 2 Produk Body Lotion Scarlett Whitening	42
Gambar 4. 3 Produk – Produk Body Serum Scarlett Whitening	43
Gambar 4. 4 Produk-Produk Body Cream Scarlett Whitening	43
Gambar 4. 5 Produk-Produk Shower Scrub Scarlett Whitening.....	43
Gambar 4. 6 Produk-Produk Body Scrub Scarlett Whitening	45
Gambar 4. 7 Produk – Produk Facial Wash Scarlett Whitening.....	45
Gambar 4. 8 Produk-Produk Facial Essence Toner Scarlett Whitening	46
Gambar 4. 9 Produk-Produk Facial Serum Scarlett Whitening	46
Gambar 4. 10 Produk- Produk Scarlett Whitening	47
Gambar 4. 11 Produk- Produk Face Mask Scarlett Whitening.....	48
Gambar 4. 12 Produk-Produk Facial Sunscreen Scarlett Whitening	48
Gambar 4. 13 Produk-Produk Hair Care Scarlett Whitening.....	49
Gambar 4. 14 Produk – Produk Parfume Scarlett Whitening	49

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2 Hasil & Tabulasi Kuesioner	82
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	92
Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	102

ABSTRAK

Tujuan riset ini yaitu: Untuk mengidentifikasi pengaruh EXO sebagai *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian. Untuk mengidentifikasi pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian. *Independent variable* dalam riset ini yaitu *Brand Ambassador*, *Brand Awareness* dan *Brand Trust*, sedangkan *dependent variabelnya* adalah *Purchase Decision*. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling methods*. Kriteria dalam uji ini adalah: 1) Berusia minimal 17 tahun. 2) Mengetahui EXO adalah *Brand Ambassador* dari brand Scarlett Whitening. 3) *Consumer* yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk Scarlett Whitening. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 90 *respondent*. Teknik analisis menggunakan Regresi Linier Berganda. Riset mengimplikasikan EXO sebagai *Brand Ambassador* tidak memiliki pengaruh pada *Purchase Decision*, *Brand Awareness* tidak memiliki pengaruh pada *Purchase*, sedangkan *Brand Trust* memiliki pengaruh pada *Purchase* produk Scarlett Whitening.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Awareness*, *Brand Trust*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The objectives of this research are: To identify the impact of EXO as a Brand Ambassador towards Purchase Decision. To describe the influence of Brand Awareness and Brand Trust towards Purchase Decisions. The independent variables on this research are Brand Ambassador, Brand Awareness and Brand Trust, meanwhile the dependent variable is Purchase Decision. Using purposive sampling methods for sample determination. The criteria on this research are: 1) At least 17 years old. 2) Knowing that EXO is the Brand Ambassador of the brand Scarlett Whitening. 3) Consumers who have done to purchase and used the Scarlett Whitening's product. The number of samples used was 90 respondents. Analysis techniques using Multiple Linear Regression. This research finds that EXO as a Brand Ambassador doesn't influence purchase decision, Brand Awareness does not impact purchase decision, meanwhile Brand Trust has influence over buying decisions Scarlett Whitening's product.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Trust, Purchase Decisions