

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, INOVASI PRODUK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING**

(Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tria Monika

2002010302

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

2024

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, INOVASI PRODUK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING**

(Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tria Monika

2002010302

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tria Monika

NIM : 2002010302

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan sumber pihak yang dikutip maupun rujukan telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 2 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Tria Monika

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, INOVASI PRODUK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING**

(Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing



HERNI JUSTIANA ASTUTI, S.E., M.Si., Ph.D

NIK. 2160183

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Tria Monika
NIM : 2002010302
Program Studi : Manajemen Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh *Brand Ambassador*, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

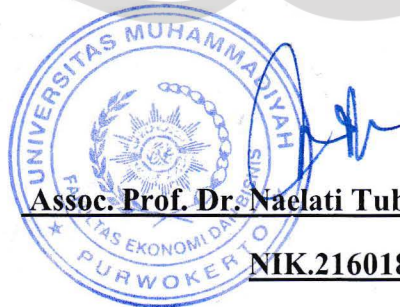
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : HERNI JUSTIANA ASTUTI, S.E., M.Si., Ph.D ()
Anggota 1 : DR. FATMAH BAGIS, S.E., M.Si ()
Anggota 2 : MEYDY FAUZIRIDWAN S.Mb., M.M ()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 2 Mei 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK.216018

MOTO

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.” – **Ali bin Abi Thalib**

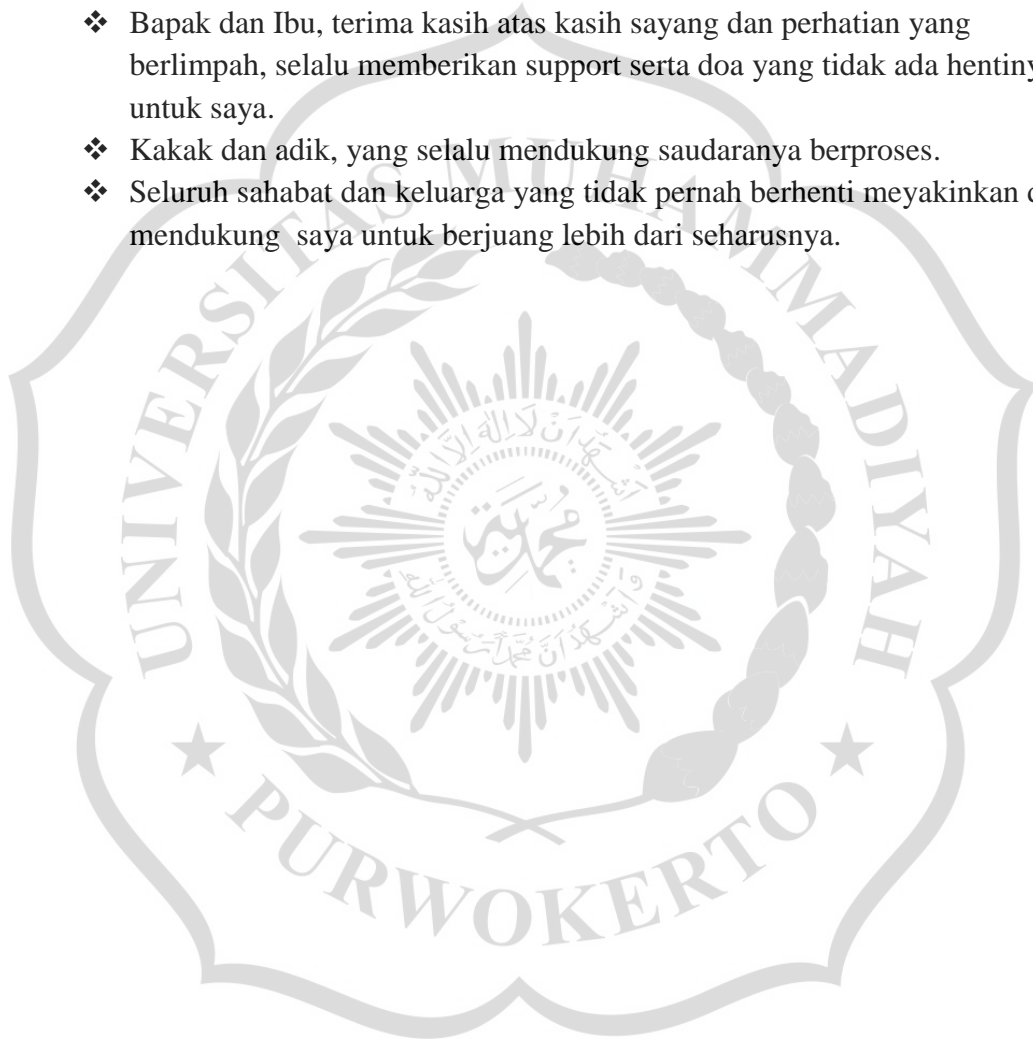


PERSEMBAHAN

”Alhamdulillahirabbil Aalamin. Karya ini merupakan bentuk rasa syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti”

Karya tulis ini saya persembahkan untuk:

- ❖ Bapak dan Ibu, terima kasih atas kasih sayang dan perhatian yang berlimpah, selalu memberikan support serta doa yang tidak ada hentinya untuk saya.
- ❖ Kakak dan adik, yang selalu mendukung saudaranya berproses.
- ❖ Seluruh sahabat dan keluarga yang tidak pernah berhenti meyakinkan dan mendukung saya untuk berjuang lebih dari seharusnya.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)” sebagai salah syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa dalam penulis skripsi ini masih jauh dari sempurna, banyaknya hambatan, tantangan, kesulitan yang penulis hadapi. Akan tetapi berkat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak penyusun skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis secara tulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Teruntuk orang tua tercinta , Bapak dan Ibu yang telah merawat, membimbing, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya serta senantiasa mendo'akan, memberikan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ns Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Ibu Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu sesuai dengan apa yang diharapkan.
5. Bapak Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D., CHRA, selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Bapak Luthfi Zamakhsyari, S.E., M.Si., selaku Dosen Akademik saya.
7. Ibu Dr. Fatmah Bagis S.E., M.Si, selaku dosen penguji yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
8. Bapak Meydy Fauziridwan S.Mb., M.M, selaku dosen penguji yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

9. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan.
10. Teruntuk Keluarga Besar Bapak dan Ibu yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih selalu memberikan dukungan doa, dan selalu menyemangati penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teruntuk Furkon Kurnia Adibya sebagai support system terbaik yang selalu mendukung dan selalu menjadi garda terdepan dimasa masa sulit saya.
12. Teruntuk sahabat terbaik saya Dwi Rahayu Muktiasih yang tidak pernah meninggalkan saat senang maupun susah, selalu mendengarkan keluh kesah saya dan selalu membersamai masa kuliah saya dari semester 1 hingga akhir.
13. Teruntuk Anisya Zulfanti Anwar yang sudah membantu proses pembuatan skripsi saya dari awal sampai akhir.
14. Teruntuk teman teman tercinta Fillialda Az Zahra, Ira Dwi Setianingsih, Rahmat Maulana Widagda, Rizal Fikri Perdana dan M. Iqbalurosyad. Terima kasih telah memberikan dukungan positif, selalu mendengarkan keluh kesah saya, yang tidak henti – hentinya memberi dukungan dan semangat, terimakasih sudah mau direpotkan, kehadiran kalian sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi ini.
15. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri. Apresiasi sebesar besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang tidak mudah ini.

Akhir kata, penulis dapat menyadari tanpa Ridho dan pertolongan dari Allah SWT, serta bantuan, dukungan, motivasi dari segala pihak. Skripsi ini tidak dapat diselesaikan. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan untuk penulis ini, penulis ucapkan banyak terimakasih dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kalian. Aamiin Yarabbal'amin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Purwokerto, 2 Mei 2024



Tria Monika

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tria Monika
NIM : 2002010302
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto).”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 2 Mei 2024

Yang menyatakan,



Tria Monika

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING

(Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Tria Monika¹, Herni Justiana Astuti²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail: triamonika776@gmail.com¹, herni99@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena bisnis skincare di mana pada era sekarang ini orang lebih memikirkan penampilan terutama kesehatan dan kecantikan kulit mereka. Karena hal tersebut, bisnis terus mengalami perkembangan yang sangat pesat, terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan yang berdiri dan terus meningkatkan kualitasnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador*, inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang sudah pernah melakukan pembelian produk scarlett whitening, dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif, uji instrument (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi berganda (uji koefisien determinan (r^2), uji simultan (f), uji hipotesis (t)). Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand ambassador*, inovasi produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemudian, *brand ambassador*, inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, Inovasi Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, PRODUCT
INNOVATION, AND PRODUCT QUALITY ON THE DECISION TO
PURCHASE SCARLETT WHITENING PRODUCTS**

(Study on Students at Muhammadiyah University Purwokerto)

Tria Monika¹, Herni Justiana Astuti²

**Management Study Program, Faculty of Economics and Business,
Muhammadiyah University Purwokerto**

E-mail : triamonika776@gmail.com¹, herni99@gmail.com²

ABSTRACT

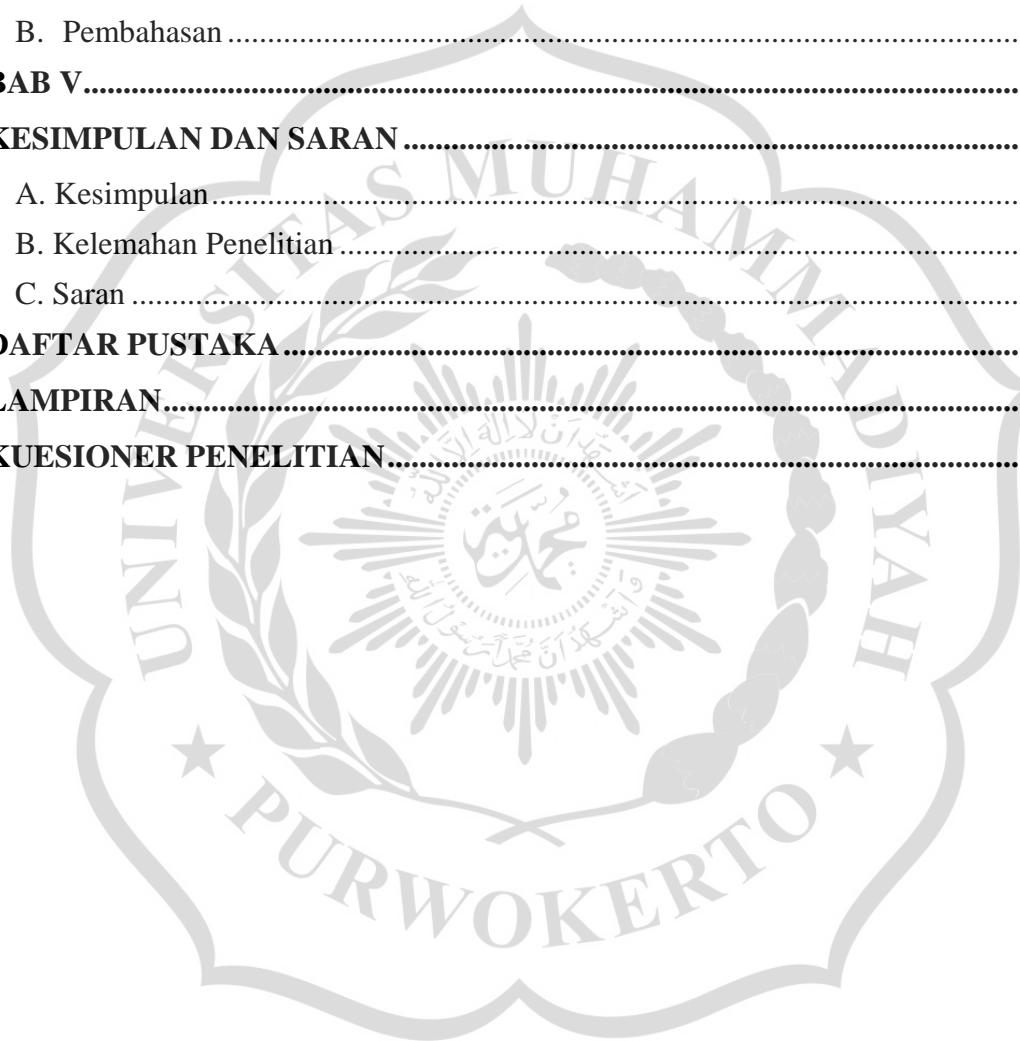
This research was conducted based on the skincare business phenomenon where in the current era people pay more attention to their appearance, especially the health and beauty of their skin. Because of this, business continues to experience very rapid development, as evidenced by the increasing number of companies that are established and continue to improve their quality. The aim of this research is to determine the influence of the Ambassador brand, product innovation and product quality on purchasing decisions for Scarlett Whitening products. The type of research used is quantitative research. The sample of this research were students at the Muhammadiyah University of Purwokerto who had previously purchased Scarlett Whitening products, with a sample size of 100 respondents. The data collection technique used was purposive sampling. The data analysis techniques used in this research are descriptive statistics, instrument tests (validity and reliability tests), classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple regression analysis (determinant coefficient test (r^2), simultaneous test (f)), hypothesis test (t). The analysis results show that the Ambassador brand, product innovation and product quality simultaneously influence purchasing decisions. And then, the Ambassador brand, product innovation and product quality have a positive and significant influence on purchasing decisions for Scarlett Whitening products.

**Keywords : Brand Ambassador, Product Innovation, Product Quality,
Purchasing Decisions**

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	17
PENDAHULUAN.....	17
A. Latar Belakang.....	17
B. Rumusan Masalah	23
C. Batasan Masalah	24
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	24
BAB II	27
TINJAUAN PUSTAKA	27
A. Landasan Teori	27
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Pemikiran	47
D. Hipotesis	53
BAB III.....	55
METODE PENELITIAN.....	55
A. Jenis Penelitian	55
B. Populasi dan Sampel Penelitian	55
C. Metode Pengumpulan Data	60

D. Variabel Penelitian	60
E. Definisi Operasional	61
F. Metode Analisis Data	63
BAB IV	74
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
A. Hasil Penelitian.....	74
B. Pembahasan	105
BAB V.....	110
KESIMPULAN DAN SARAN	110
A. Kesimpulan.....	110
B. Kelemahan Penelitian.....	110
C. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN.....	119
KUESIONER PENELITIAN.....	121



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Body Lotion	19
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Rencana Penyebaran Kuisisioner	58
Tabel 3.2 Skala Likert	60
Tabel 3.3 Definisi Operasional	61
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	75
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.3 Deskripsi Berdasarkan Umur	77
Tabel 4.4 Deskripsi Berdasarkan Fakultas	77
Tabel 4.5 Deskripsi Berdasarkan Uang Saku Perbulan	78
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif <i>Brand Ambassador</i>	79
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Inovasi Produk	81
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	84
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	87
Tabel 4.10 Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i>	90
Tabel 4.11 Uji Validitas Inovasi Produk	91
Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Produk	91
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian	92
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	94
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	94
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	95
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	96
Tabel 4.18 Analisis Regresi Linier Berganda	97
Tabel 4.19 Hasil Uji Determinan (R^2)	99
Tabel 4.20 Hasil Uji Simultan (F)	100
Tabel 4.21 Hasil Uji t	102
Tabel 4.22 Rekapitulasi Hasil Penelitian	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 3.1 Kurva Uji F Hipotesis Simultan.....	68
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	71
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	72
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	73
Gambar 4.1 Logo Scarlett.....	75
Gambar 4.2 Uji Simultan.....	101
Gambar 4.3 Uji Hipotesis Kedua.....	102
Gambar 4.4 Hipotesis Ketiga.....	103
Gambar 4.5 Hipotesis Keempat.....	103

