



**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* SONG JOONG
KI, KUALITAS PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF
MOUTH* (EWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING**

SKRIPSI

SELY IYUMI NATASYA MAHMUD 18101110049

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2021



**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* SONG JOONG
KI, KUALITAS PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF
MOUTH* (EWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi**

SELLY IYUMI NATASYA MAHMUD 18101110049

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Selly Iyumi Natasya Mahmud
NIM : 1810111049

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksamaan dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tangerang Selatan, 26 Desember 2021

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 10,000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', 'DISEKUTU MENTERI KEUANGAN', and 'METERAI TEMPEL'. The serial number '1899A.3029567365' is visible at the bottom of the stamp.

(Selly Iyumi Natasya Mahmud)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selly Iyumi Natasya Mahmud
NIM : 1810111049
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul

***Analisis Pengaruh Brand Ambassador Song Joong Ki, Kualitas Produk, dan
Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen pada Produk Scarlett Whitening***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Tangerang Selatan

Pada Tanggal : 26 Desember 2021

Yang menyatakan materai



(Selly Iyumi Natasya Mahmud)

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* SONG JOONG KI,
KUALITAS PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK
SCARLETT WHITENING**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SELLY IYUMI NATASYA MAHMUD 1810111049

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 12 Januari 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Suharvati, SE, MM



Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM
Ketua Penguji
Penguji I



Drs. Nobelson., M.M., CPM
Penguji II



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan



Wahyudi, SE, MM
Ketua Program Studi
Manajemen Program
Sarjana

**Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 12 Januari 2022**

ANALYSIS THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR SONG JOONG KI, PRODUCT QUALITY, AND EWOM ON PURCHASE DECISION AT SCARLETT WHITENING PRODUCT

By Selly Iyumi Natasya Mahmud

ABSTRACT

This quantitative research was to test whether or not the influence of brand ambassadors, product quality, and EWOM on purchasing decisions. The population is Scarlett Whitening users who live in South Tangerang. The sample in this study amounted to 75 respondents, the probability sampling method used the purposive sampling method. The technique for collecting data is done by distributing Google Forms through social media. The data were analyzed using the PLS method with the help of SmartPLS 3.0 software. The results of the research indicate that (1) Soon Joong Ki's brand ambassador has a joint influence and a positive direction on purchasing decisions, namely 0.210 (2) product quality has a joint influence and a positive direction on purchasing decisions, namely 0.340 (3) EWOM has a significant influence and a positive direction on purchasing decisions of 0.451.

Keywords: *Brand Ambassador, Product Quality, EWOM, Purchase Decision*

ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* SONG JOONG KI, KUALITAS PRODUK, DAN EWOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING

Oleh Selly Iyumi Natasya Mahmud

ABSTRAK

Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan tujuan menguji ada atau tidaknya pengaruh dari *brand ambassador*, kualitas produk, dan EWOM dengan keputusan pembelian. Adapun populasinya ialah pengguna Scarlett Whitening dimana berdomisili di Tangerang Selatan. Sampel pada penelitian ini berjumlah 75 responden, metode *probability sampling* menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik untuk mengumpulkan datanya dilakukan dengan penyebaran *google form* melalui sosial media. Data dianalisis dengan metode PLS berbantuan *software SmartPLS 3.0*. Hasil dari penelitian yang dilakukan mengindikasikan (1) *brand ambassador* Soon Joong Ki memiliki pengaruh secara bersama-sama dan arah positif pada keputusan pembelian yakni 0.210 (2) kualitas produk memiliki pengaruh secara bersama-sama dan arah positif pada keputusan pembelian yakni 0.340 (3) EWOM memiliki pengaruh secara signifikan dan arah positif pada keputusan pembelian sebesar 0.451.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, EWOM, Keputusan Pembelian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI




SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2021/2022

Pada hari ini, tanggal 12 Januari 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Selly Iyumi Natasya Mahmud
NIM : 1810111049
Program : Manajemen S.1

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* SONG JOONG KI, KUALITAS
PRODUK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING
DI TANGERANG SELATAN**

Untuk dilanjutkan/dibatalkan*)

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati., SE, MM	Ketua Penguji	
2	Dienni Ruhjatini Sholihah., SE, MM	Penguji I	
3	Drs. Nobelson., M.M., CPM	Penguji II **)	

Keterangan :

- *) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 28 Januari 2022
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kaprosdi Manajemen S1



Wahyudi, SE., MM

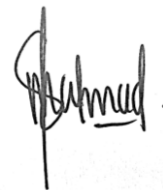
PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus 2021 sampai dengan Januari 2022 dengan judul “**Analisis Pengaruh *Brand Ambassador* Song Joong Ki, Kualitas Produk, dan *Electronic Word of Mouth* (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening**”. Tujuan dari penelitian ini ialah sebagai syarat kelulusan program studi Manajemen program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana, Ibu Yuliniar, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik, dan juga Bapak Drs. Nobelson, M.M. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang sudah banyak meluangkan waktu dan juga pikiran untuk memberikan arahan dan juga masukan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Ucapan terima kasih juga kepada orang tua serta keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman saya yang sudah menjadi *support system* yang telah sabar mendengarkan keluh kesah penulis serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan masukan yang tiada hentinya dalam penulisan skripsi ini.

Tangerang Selatan, 26 Desember 2021



Selly Iyumi Natasya Mahmud

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	1
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	8
I.3. Tujuan Penelitian.....	8
I.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Landasan Teori.....	10
II.1.1 Pemasaran	10
II.1.2 Perilaku Konsumen.....	10
II.1.3 Keputusan Pembelian	11
II.1.3.1 Dimensi Keputusan Pembelian	11
II.1.4 <i>Brand Ambassador</i>	12
II.1.4.1 Dimensi <i>Brand Ambassador</i>	13
II.1.5 Kualitas Produk.....	15
II.1.5.1 Dimensi Kualitas Produk.....	16
II.1.6 Word of Mouth.....	17

II.1.7 <i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM).....	18
II.1.7.1 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM).....	19
II.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
II.3 Model Penelitian	27
II.4 Hipotesis	27
II.4.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
II.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	28
II.4.3 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
 BAB III METODE PENELITIAN	29
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
III.1.1 Definisi Operasional.....	29
III.1.2 Pengukuran Variabel	30
III.2 Populasi dan Sampel	30
III.2.1 Populasi	31
III.2.2 Sampel	31
III.3 Teknik Pengumpulan Data	32
III.3.1 Jenis Data.....	32
III.3.2 Sumber Data	32
III.3.3 Pengumpulan Data	33
III.4 Teknik Analisis Data.....	35
III.4.1 Analisis Deskriptif.....	35
III.4.2 Analisis Inferensial.....	35
III.4.3 Uji Hipotesis	41
III.4.3.1 Uji t (Uji Parsial)	41
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	43
IV.2 Deskripsi Data Penelitian	44
IV.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	58
IV.4 Pembahasan	60
IV.5 Keterbatasan Penelitian	63

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
V.1 Simpulan.....	65
V.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
RIWAYAT HIDUP	70
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Review Pelanggan Scarlett Whittening	4
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	25
Tabel 3. Pengukuran Variabel	30
Tabel 4. Skala Likert	33
Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen Kuisisioner	34
Tabel 6. Interpretasi Nilai Persentase Responden	35
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili	45
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Scarlett Whitening	46
Tabel 11. Interpretasi Nilai Persentase Responden	47
Tabel 12. Analisis Loading Factor Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 13. Analisis Loading Factor Variabel Brand Ambassador.....	49
Tabel 14. Analisis Loading Factor Variabel Kualitas Produk	50
Tabel 15. Analisis Loading Factor Variabel EWOM	51
Tabel 16. Uji Validitas Konvergen Berdasarkan Outer Loading	55
Tabel 17. Average Variance Extracted (AVE).....	56
Tabel 18. Composite Realibility & Cronbach's Alpha	57
Tabel 19. R Square.....	58
Tabel 20. Uji Hipotesis	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Top 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce	2
Gambar 2. Tampilan Instagram Scarlett Whitening	3
Gambar 3. Pengguna Internet dan Media Sosial	4
Gambar 4. Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	4
Gambar 5. Model Penelitian.....	27
Gambar 6. Langkah-Langkah PLS	36
Gambar 7. Konstruksi Diagram Jalur	38
Gambar 8. Model Pengukuran (Outer Model)	54
Gambar 9. Diagram Jalur Hasil Uji Hipotesis.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu	70
Lampiran 2. Matrix Penelitian Tedahulu	76
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian	78
Lampiran 4. Data Kuesioner 75 Responden.....	86
Lampiran 5. Deskripsi Data Responden	103
Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Penelitian	104
Lampiran 7. Hasil Analisis Inferensial	106
Lampiran 8. T Tabel	110