



Judul Tugas Akhir Skripsi:

PENGARUH *GLOW AMBASSADOR* EXO DAN KREATIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Dina Nabila

NIM : 2010411089



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**



**PENGARUH *GLOW* AMBASSADOR DAN KREATIVITAS IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT
WHITENING**

SKRIPSI

DINA NABILA

2010411089

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PROGRAM SARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA 2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Dina Nabila
NIM : 2010411089
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 19 Juni 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular official stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem on the left and the text 'METZ BANG DEAIRPEL' and 'FBAKX707178410' on the right. The signature is written in a cursive style across the stamp.

Dina Nabila

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Dina Nabila
NIM : 2010411089
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *GLOW AMBASSADOR EXO* DAN KREATIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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 : Jakarta,

Pada tanggal : 19 Juni 2024

Yang menyatakan,



Dina Nabila

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Dina Nabila
NIM : 2010411089
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Glow Ambassador Exo dan Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si.

Penguji 1



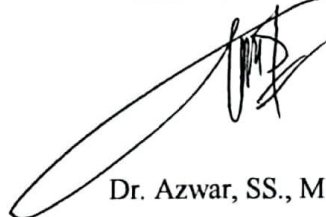
Ahmad Zakki Abdullah, M.Si.

Penguji 2



Windhi Tia Saputra, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : Selasa, 2 Juli 2024

**PENGARUH *GLOW AMBASSADOR* EXO DAN KREATIVITAS IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT
WHITENING**

Dina Nabila

ABSTRAK

Perkembangan *Korean Wave* terkait drama dan musik membuat banyak perusahaan menggunakan jasa idola dari Korea Selatan menjadi *brand ambassador* dan bintang dalam kreativitas iklan mereka. Salah satunya adalah perusahaan *skincare* di Indonesia yaitu Scarlett Whitening yang menjadikan Exo sebagai *glow ambassador* mereka setelah Twice dan Song Joong Ki. Walaupun menggunakan kreatifitas yang berbeda untuk iklan, tetapi perusahaan masih menggunakan ide yang sama untuk ketiga kalinya, apakah hal tersebut mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh *glow ambassador* Exo serta kreativitas iklan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Teknik pengambilan data menggunakan metode survei pada 96 sampel yang merupakan pengguna produk Scarlett Whitening. Hasil dari penelitian ini adalah *brand ambassador* dan kreativitas iklan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial dan simultan. Keputusan pembelian mendapatkan pengaruh sebesar 48,4 persen dengan variabel kreativitas iklan yang memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan *brand ambassador*.

Kata Kunci: *brand ambassador* exo, keputusan pembelian, kreativitas iklan, scarlett whitening

**THE INFLUENCE OF EXO AS GLOW AMBASSADOR AND
ADVERTISING CREATIVITY ON THE PURCHASING DECISION OF
SCARLETT WHITENING PRODUCTS**

Dina Nabila

ABSTRACT

The development of the Korean Wave, particularly in dramas and music, has led many companies to utilize idols from South Korea as brand ambassadors and stars in their advertising creativity. One such company in Indonesia is Scarlett Whitening, which appointed Exo as their glow ambassador following Twice and Song Joong Ki. Despite employing different creative approaches in their advertisements, the company consistently utilizes the same idea for the third time. This study aims to analyze the influence of Exo as a glow ambassador and advertising creativity on the purchasing decision of Scarlett Whitening products. The research method used is quantitative with an explanatory approach. Data was collected through a survey of 96 users of Scarlett Whitening products. The results indicate that both the brand ambassador and advertising creativity have significant partial and simultaneous influences on the purchasing decision. Advertising creativity has a more dominant influence compared than the brand ambassador, contributing to 48.4% of the purchasing decision variance.

Keywords: *brand ambassador Exo, purchasing decision, advertising creativity, Scarlett Whitening*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dalam keadaan sehat wal'afiat dan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Glow Ambassador Exo* dan Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening*”. Penyusunan skripsi dimaksud sebagai bentuk perjalanan untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Selama penyusunan skripsi oleh peneliti, tak lupa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penulis menyelesaikan skripsi dengan lancar, oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Ayah, Ibu, Alisya Sutjono, dan Rayyan Hadi Sutjono selaku keluarga yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
2. Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan memotivasi peneliti dalam proses penyusunan skripsi.
3. Dr. Azwar, S.S.,M.Si selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Para dosen Ilmu Komunikasi yang senantiasa telah memberikan pendidikan serta pengetahuan selama kegiatan perkuliahan sehingga menambah wawasan peneliti dalam mengerjakan skripsi.
5. Ayra Sekar Putri, Novyta Indryani, Miska Ithra Syahirah sebagai sahabat semasa perkuliahan yang sudah berjuang bersama dari awal perkuliahan serta senantiasa memberikan semangat, membantu, menghibur, menemani, serta mendengarkan keluh kesah peneliti.
6. Kholifah Hasibuan, Qoini Yuliaswara, Lathif Pramana, Nada Salsabila, Farid Darmawan, dan Fachrizal Usamah sebagai teman yang telah membantu, menemani, dan menghibur peneliti dalam penyusunan skripsi.
7. Sinta Puspa Kencana, Zainul Azhar, Ervi Triana, Muhammad Shabri, dan Olivia Syamsidar sebagai kakak yang telah memberikan banyak dukungan, membantu, serta menghibur peneliti dalam masa penyusunan skripsi.

8. Saddam Sabila sebagai kekasih yang telah menemani, membantu, memotivasi, dan memberikan doa kepada peneliti dalam penyusunan skripsi. Terimakasih telah memberikan banyak waktu dan rasa sayang kepada peneliti.
9. Semua teman peneliti yang tidak bisa diucapkan satu persatu. Terimakasih telah saling banyak membantu dari awal perkuliahan hingga saat ini.
10. Dina Nabila yaitu diri saya sendiri karena telah mampu menyelesaikan tanggung jawab perkuliahan dari awal hingga sampai penyelesaian skripsi. Terimakasih karena tidak menyerah serta percaya kepada diri sendiri untuk meraih hasil yang maksimal sampai kelulusan nanti.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis menerima semua masukan, saran, kritik yang membangun, dari pembaca apabila dikemudian hari menemukan kesalahan atau kekeliruan. Akhir kata, semoga skripsi ini berkenan bagi pembaca dan bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 20 Juni 2024



Dina Nabila

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Konsep Penelitian	13
2.2.1 Duta Merek (<i>Brand Ambassador</i>).....	13
2.2.2 EXO sebagai <i>Brand Ambassador</i>	15
2.2.3 Periklanan.....	15
2.2.4 Kreativitas Iklan	16
2.2.5 Media Sosial <i>Youtube</i>	18
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	19
2.3 Teori Penelitian.....	20
2.3.1 Teori <i>Selective Influence</i> (Teori Pengaruh Selektif)	20
2.4 Kerangka Berpikir.....	22
2.5 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Objek Penelitian	24
3.1.1 Populasi.....	24

3.1.2 Sampel.....	24
3.2 Jenis Penelitian	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4 Sumber Data	27
3.5 Teknik Analisis Data	27
3.5.1 Uji Validitas.....	27
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.5.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	33
3.5.4 Uji Koefisiensi Determinasi	33
3.6 Operasional Variabel	34
3.7 Tabel Rencana Waktu.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Deskripsi Objek	39
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Karakteristik Responden	40
4.2.2 Analisis Statistik Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1)	43
4.2.3 Analisis Statistik Variabel Kreativitas Iklan (X2)	55
4.2.4 Analisis Statistik Variabel Keputusan Pembelian (Y)	65
4.2.5 Uji Asumsi Klasik Untuk Analisis Regresi	82
4.2.6 Uji F Simultan	86
4.2.7 Uji T Parsial	87
4.2.8 Persamaan Analisis Linear Berganda.....	89
4.2.9 Koefisien Determinasi.....	90
4.3 Pembahasan	90
4.3.1 Keterkaitan Dimensi Variabel Dengan Teori	92
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening	94
4.3.3 Pengaruh Kreativitas Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening	94
4.3.4 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan Kreativitas Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	96

DAFTAR PUSTAKA	98
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	101
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak 2023	1
Gambar 2 Alasan Utama Masyarakat Menggemari Kpop	3
Gambar 3 10 Brand Skincare Terlaris di E-commerce.....	6
Gambar 4 “Let’s See Scarlett Body Lotion New Tube Packaging With Exo Our Glow Brand Ambassador”	8
Gambar 5 Kerangka Berpikir	22
Gambar 6 Scarlett Whitening X EXO	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2 Uji Validitas Variabel	28
Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador (X1).....	29
Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas Iklan (X2).....	29
Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	30
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Ambassador (X1)	32
Tabel 7 Uji Reliabilitas variabel Kreativitas Iklan (X2).....	32
Tabel 8 Uji Reliabilitas variabel Keputusan Pembelian (Y)	32
Tabel 9 Operasional Variabel	35
Tabel 10 Perencanaan Penelitian.....	38
Tabel 11 Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 12 Usia Responden	41
Tabel 13 Domisili Responden.....	41
Tabel 14 Pekerjaan Responden	42
Tabel 15 Rata-rata Hitung Skor Dimensi Variabel Brand Ambassador (X1)	43
Tabel 16 Kategori Interpretasi Skor Variabel X1	44
Tabel 17 Hasil Tanggapan Responden Dimensi Variabel X1	44
Tabel 18 Kategori Interpretasi Skor Dimensi Variabel X1	45
Tabel 19 Tanggapan Responden Dimensi Popularitas.....	45
Tabel 20 Tanggapan Responden Dimensi Kredibilitas	46
Tabel 21 Tanggapan Responden Dimensi Daya Tarik.....	47
Tabel 22 Tanggapan Responden Dimensi Kekuatan.....	47
Tabel 23 Pernyataan 1: Exo banyak menarik perhatian masyarakat Indonesia	48
Tabel 24 Pernyataan 2: Exo memiliki banyak penggemar di Indonesia	48
Tabel 25 Pernyataan 3: Exo mampu mewakili perusahaan sebagai Brand Ambassador	49
Tabel 26 Pernyataan 4: Exo mampu menyampaikan informasi produk yang dipromosikannya sesuai dengan kenyataan	50
Tabel 27 Pernyataan 5: Exo memiliki keahlian dalam penyampaian pesan untuk mempromosikan suatu produk.....	50
Tabel 28 Pernyataan 6: Exo dapat membuat saya percaya ketika menyampaikan pesan tentang produk yang sedang dipromosikan	51
Tabel 29 Pernyataan 7: Exo memiliki penampilan yang menarik untuk menjadi Brand Ambassador	51
Tabel 30 Pernyataan 8: Exo memiliki personality yang dapat mengubah opini saya terhadap produk yang dipromosikan	52
Tabel 31 Pernyataan 9: Exo memiliki kesamaan minat dengan saya pada produk yang dipromosikan	53
Tabel 32 Pernyataan 10: Exo mampu meyakinkan saya bahwa produk yang dipromosikan terjamin kualitasnya	53

Tabel 33 Pernyataan 11: Exo mampu meyakinkan saya untuk menggunakan produk yang dipromosikan	54
Tabel 34 Pernyataan 12: Exo mampu mempengaruhi persepsi saya mengenai produk yang dipromosikan	54
Tabel 35 Rata-rata Hitung Skor Dimensi Variabel Kreativitas Iklan (X2) ..	55
Tabel 36 Kategori Interpretasi Skor Variabel X2	56
Tabel 37 Hasil Tanggapan Responden Dimensi Variabel X2	56
Tabel 38 Kategori Interpretasi Skor Dimensi Variabel X2	57
Tabel 39 Tanggapan Responden Dimensi Keterhubungan.....	58
Tabel 40 Tanggapan Responden Dimensi Kesesuaian	58
Tabel 41 Tanggapan Responden Dimensi Kebaruan	59
Tabel 42 Pernyataan 1: Konsep Iklan sesuai dengan apa yang dipikirkan oleh saya	60
Tabel 43 Pernyataan 2: Konsep Iklan sesuai dengan ekspektasi saya	60
Tabel 44 Pernyataan 3: Iklan menunjukkan relevansi dengan apa yang dibutuhkan oleh saya sebagai konsumen	61
Tabel 45 Pernyataan 4: Iklan menyediakan informasi tentang produk Scarlett Whitening	61
Tabel 46 Pernyataan 5: Konsep Iklan sesuai dengan produk Scarlett Whitening.....	62
Tabel 47 Pernyataan 6: Pesan yang disampaikan pada iklan sudah jelas	62
Tabel 48 Pernyataan 7: Iklan memiliki ide yang fresh.....	63
Tabel 49 Pernyataan 8: Iklan tidak sama dengan iklan merek pesaing	63
Tabel 50 Pernyataan 9: Ide dalam iklan membuat saya sebagai konsumen tertarik untuk melihat iklan tersebut.....	64
Tabel 51 Rata-rata Hitung Skor Dimensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	65
Tabel 52 Kategori Interpretasi Skor Variabel Y	67
Tabel 53 Hasil Tanggapan Responden Dimensi Variabel X1	67
Tabel 54 Kategori Interpretasi Skor Dimensi Variabel Y Tiga Pernyataan .	68
Tabel 55 Kategori Interpretasi Skor Dimensi Variabel Y Empat Pernyataan	68
Tabel 56 Tanggapan Responden Dimensi Pengenalan Masalah	69
Tabel 57 Tanggapan Responden Dimensi Pencarian Informasi	69
Tabel 58 Tanggapan Responden Dimensi Evaluasi Alternatif	70
Tabel 59 Tanggapan Responden Dimensi Keputusan Pembelian	71
Tabel 60 Tanggapan Responden Dimensi Pasca Pembelian	71
Tabel 61 Pernyataan 1: Saya merasa iklan yang ditampilkan sesuai dengan kebutuhan saya.....	72
Tabel 62 Pernyataan 2: Saya merasa iklan dapat menjawab permasalahan kebutuhan kulit saya.....	73
Tabel 63 Pernyataan 3: Saya merasa Brand Ambassador yang digunakan dalam iklan sesuai dengan ekspektasi saya	73
Tabel 64 Pernyataan 4: Saya mencari informasi mengenai produk Scarlett Whitening dari media sosial YouTube.....	74

Tabel 65 Pernyataan 5: Saya mencari informasi tentang produk Scarlett Whitening karena mengetahui Exo menjadi Brand Ambassador.....	75
Tabel 66 Pernyataan 6: Saya mencari kemasan yang paling menarik setelah melihat iklan dari produk Scarlett Whitening yang dibintangi Exo sebagai Brand Ambassador	75
Tabel 67 Pernyataan 7: Saya membandingkan Brand Ambassador Scarlett Whitening dengan Brand Ambassador produk skincare merek lain	76
Tabel 68 Pernyataan 8: Saya membandingkan iklan produk Scarlett Whitening dengan iklan produk skincare merek lain	77
Tabel 69 Pernyataan 9: Saya membandingkan kemasan produk yang dipromosikan Exo dalam iklan Scarlett Whitening dengan produk skincare merek lain	77
Tabel 70 Pernyataan 10: Saya memutuskan untuk membeli produk karena tertarik pada penampilan fisik Exo sebagai Brand Ambassador Iklan Scarlett Whitening.	78
Tabel 71 Pernyataan 11: Saya memutuskan untuk membeli produk karena menyukai <i>personality</i> Exo sebagai Brand Ambassador Iklan Scarlett Whitening.....	79
Tabel 72 Pernyataan 12: Saya memutuskan untuk membeli produk karena Iklan Scarlett Whitening memberikan kebutuhan informasi yang saya cari	79
Tabel 73 Pernyataan 13: Saya memutuskan untuk membeli produk karena Iklan Scarlett Whitening menarik untuk dilihat	80
Tabel 74 Pernyataan 14: Saya menantikan kemasan produk terbaru dari Scarlett Whitening yang berkolaborasi dengan Brand Ambassador	80
Tabel 75 Pernyataan 15: Saya memprioritaskan produk Scarlett Whitening dalam melakukan pembelian produk skincare	81
Tabel 76 Pernyataan 16: Saya merekomendasikan produk Scarlett Whitening kepada orang lain.....	82
Tabel 77 Hasil Uji Normalitas.....	83
Tabel 78 Hasil Uji Multikolinearitas	84
Tabel 79 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	85
Tabel 80 Hasil Uji Autokorelasi.....	86
Tabel 81 Hasil Uji F Simultan.....	87
Tabel 82 Hasil Uji T Parsial	88
Tabel 83 Hasil Persamaan Linear Berganda.....	89
Tabel 84 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kontrak Penulisan Skripsi.....	102
Lampiran 2 Kartu Bimbingan	102
Lampiran 3 Persetujuan Sidang Skripsi.....	103
Lampiran 4 Perbaikan Sidang Proposal.....	104
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 6 Data Tabel Tabulasi Variabel X1.....	112
Lampiran 7 Data Tabel Tabulasi Variabel X2.....	113
Lampiran 8 Data Tabel Tabulasi Variabel Y.....	114
Lampiran 9 Hasil Analisis Uji.....	115
Lampiran 10 Lampiran Hasil Turnitin	121
Lampiran 11 Lampiran Sertifikat.....	122