



**ANALISIS MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING DI
JABODETABEK**

SKRIPSI

FARSYA RASHINA JAFAR 2110111217

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

2024



**ANALISIS MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING DI
JABODETABEK**

SKRIPSI

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

FARSYA RASHINA JAFAR 2110111217

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**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 : Farsya Rashina Jafar

NIM : 2110111217

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 4 Oktober 2024

A 10000 Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METRAL TEMPEL', and 'CE72AL14 19744096'. The signature is written in black ink over the stamp.

Farsya Rashina Jafar

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Farsya Rashina Jafar

NIM : 2110111217

Fakultas : 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 Ekclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul:

“Analisis Minat Beli Produk Scarlett Whitening di Jabodetabek”

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 : 10 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Farsya Rashina Jafar)

SKRIPSI

**ANALISIS MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING DI
JABODETABEK**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

FARSYA RASHINA JAFAR 2110111217

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 19 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**


Dra. Bernadin Dwi, MM., CPM
Ketua Penguji


Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM., CPM
Penguji I



Dr. Jubedah, S.E., M.M
Dekan


Drs. Nobelson, MM
Penguji II


Siti Hidayati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Desember 2024

Analysis of Purchase Intention on Scarlett Whitening Products in Jabodetabek

By Farsya Rashina Jafar

ABSTRACT

The skincare industry in Indonesia is growing rapidly, including Scarlett Whitening, which relies on JKT48 brand ambassadors and social media promotions. However, declining trends in purchase interest, brand image, and brand awareness highlight the need for stronger marketing strategies to face competition. This study aims to analyze the factors influencing purchase intention for Scarlett Whitening products in the Jabodetabek area, focusing on brand ambassadors, social media marketing, brand image, and brand awareness. A quantitative approach was adopted using a questionnaire survey distributed to 105 respondents selected through purposive sampling. Data were analyzed using the Partial Least Squares (PLS) method. The findings reveal that brand ambassadors, social media marketing, and brand image have a positive and significant effect on purchase intention. In contrast, brand awareness does not significantly influence purchase intention. These results suggest that effective marketing strategies should emphasize strengthening brand image, leveraging social media marketing, and selecting suitable brand ambassadors, while brand awareness should be considered for its potential long-term impact.

Keywords: *Brand ambassador, social media marketing, brand image, brand awareness, purchase intention.*

Analisis Minat Beli Produk Scarlett Whitening di Jabodetabek

Oleh Farsya Rashina Jafar

ABSTRAK

Industri perawatan kulit di Indonesia berkembang pesat, termasuk Scarlett Whitening yang mengandalkan duta merek JKT48 dan promosi media sosial. Namun, tren penurunan minat beli, citra merek, dan kesadaran merek mengisyaratkan perlunya strategi pemasaran yang lebih kuat untuk menghadapi persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat beli produk Scarlett Whitening di wilayah Jabodetabek, meliputi duta merek, pemasaran media sosial, citra merek, dan kesadaran merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei kuesioner yang disebarakan kepada 105 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa duta merek, pemasaran media sosial, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Sebaliknya, kesadaran merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang efektif harus lebih berfokus pada penguatan citra merek, pemanfaatan pemasaran media sosial, serta pemilihan duta merek yang tepat, sementara kesadaran merek perlu diperhatikan untuk pengaruh jangka panjang.

Kata Kunci: Duta merek, pemasaran media sosial, citra merek, kesadaran merek, minat beli.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Kamis , tanggal 19 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Farsya Rashina Jafar

No.Pokok Mahasiswa : 2110111217

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis Minat Beli Produk Scarlett Whitening di Jabodetabek

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Bernadin Dwi, MM.,CPM	Ketua	1.
2	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM.,CPM	Anggota I	2.
3	Drs. Nobelson, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Desember 2024

Mengesahkan

A. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis diberi kesempatan untuk menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Analisis Minat Beli Produk Scarlett Whitening di Jabodetabek” sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Manajemen Program Sarjana, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, di UPN “Veteran” Jakarta. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan dalam penyusunan proposal ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Jubaedah, SE., MM., selaku Dekan FEB UPN Veteran Jakarta atas kemudahan birokrasi yang diberikan kepada penulis.
2. Siti Hidayati, S.E., M.M, yang telah menjadi kepala program studi yangteladan dan memberikan izin serta dukungan untuk menjalankan penelitian ini.
3. Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM, selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan seluruh proses akademik di UPN Veteran Jakarta.
4. Drs. Nobelson, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan panduan, arahan, masukan dan waktunya dalam membimbing penulis selama proses penelitian ini.
5. Dra. Bernadin Dwi M, MM, selaku ketua penguji skripsi yang telah menguji dan memberikan masukan dan saran yang bermanfaat untuk penyempurnaan penelitian ini.
6. Dr. Miguna Astuti, S.Si., MM., MOS., CPM., selaku dosen penguji skripsi yang telah menguji dan memberi saran dan masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan penelitian ini.
7. Orang tua dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa yang tulus selama penyusunan proposal penelitian ini.
8. Seluruh teman yang telah memberi dukungan dan motivasi hingga terselesaikannya penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik, saran, dan usulan demi perbaikan di masa mendatang.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Pemasaran	9
2.1.2. Perilaku Konsumen	9
2.1.3. Strategi Pemasaran	10
2.1.4. Manajemen Merek	11
2.1.5. Minat Beli	12
2.1.6. Duta Merek	13
2.1.7. Pemasaran Media Sosial.....	14
2.1.8. Citra Merek	16
2.1.9. Kesadaran Merek	17
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya	19
2.3. Model Penelitian	31
2.3.1. Pengaruh Duta Merek terhadap Minat Beli Scarlett Whitening	31
2.3.2. Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Minat Beli Scarlett Whitening	32

2.3.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Scarlett Whitening	33
2.3.4. Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Scarlett Whitening	33
2.4. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.2. Populasi dan Sampel	36
3.2.1. Populasi	36
3.2.2. Sampel	36
3.3. Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Sumber Data.....	37
3.3.3 Pengumpulan Data	38
3.4. Teknik Analisis Data.....	40
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	40
3.4.2 Analisis Statistik Inferensial	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	52
4.2 Deskripsi Data Penelitian	53
4.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis	58
4.3.1 Analisis Data Deskriptif	58
4.3.2.2 Model Struktural (Inner Model).....	72
4.4 Pembahasan	76
4.4.1 Pengaruh Duta Merek Terhadap Minat Beli.....	76
4.4.2 Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli	77
4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	78
4.4.4 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Keterbatasan Penelitian	83
5.3 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
RIWAYAT HIDUP	89
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tanggapan Konsumen di Instagram	3
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait dengan Minat Beli.....	29
Tabel 3. Pengukuran Variabel	35
Tabel 4. <i>Skala Likert</i>	39
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Kuesioner.....	39
Tabel 6. Interpretasi Nilai	42
Tabel 7. Interpretasi Nilai	59
Tabel 8. Nilai Indeks Variabel Minat Beli	59
Tabel 9. Nilai Indeks Variabel Duta Merek.....	60
Tabel 10. Nilai Indeks Variabel Pemasaran Media Sosial	61
Tabel 11. Nilai Indeks Variabel Citra Merek	62
Tabel 12. Nilai Indeks Variabel Kesadaran Merek	63
Tabel 13. Nilai Loading Factor	66
Tabel 14. Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	68
Tabel 15. Nilai Cross Loading	69
Tabel 16. Composite Reliability	70
Tabel 17. Cronbach's Alpha	71
Tabel 18. Uji R Square.....	73
Tabel 19. Uji Q Square.....	73
Tabel 20. Uji t Statistik	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Minat Pencarian Body Lotion Scarlett 12 Bulan Terakhir	1
Gambar 2. Perbandingan Insight BA Scarlett Whitening EXO dan JKT48.....	3
Gambar 3. Top Brand Index Kategori Hand & Body lotion 2024	5
Gambar 4. Top Brand Lokal Perawatan Kecantikan Periode 2022 – H1 2024	7
Gambar 5. Model Penelitian Empiris Menggunakan Data Primer.....	31
Gambar 6. Langkah Menggunakan PLS	43
Gambar 7. <i>Inner Model</i>	44
Gambar 8. <i>Outer Model</i>	45
Gambar 9. Diagram Jalur	46
Gambar 10. Logo Scarlett Whitening	52
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Gambar 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	56
Gambar 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per Bulan.....	57
Gambar 16. Hasil Pengujian Outer Model	65
Gambar 17. Hasil Pengujian Inner Model	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 3 Hasil Output SmartPLS 4.0

Lampiran 4 Hasil Turnitin