

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN  
COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK SCARLETT**

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh  
derajat Sarjana Program Studi Manajemen



Placidia Amanda Cahyani

NIM 112001606

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN COUNTRY**  
**OF ORIGIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**  
**SCARLETT**

Diajukan oleh

Placidia Amanda Cahyani

NIM 112001606

Yogyakarta, 8 Mei 2024

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



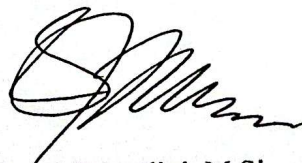
Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN COUNTRY**  
**OF ORIGIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**  
**SCARLETT**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji  
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta  
tanggal: 7 Juni 2024  
yang terdiri atas:

Ketua



Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si

Anggota



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan *Country of Origin* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett** dan diajukan pada tanggal 7 Juni 2024 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang seolah-olah saya akui sebagai tulisan sendiri atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya nyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 7 Juni 2024  
yang memberi pernyataan



Placidia Amanda Cahyani

Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji

Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji skripsi

Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si

## HALAMAN MOTTO

*“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.”*

Filipi 4:6

*“Karena itu Aku berkata kepadamu: apa saja yang kamu minta dan doakan, percayalah bahwa kamu telah menerimanya, maka hal itu akan diberikan kepadamu.”*

Markus 11:24

*“Lakukanlah apa yang bisa kamu lakukan sekarang. Fokuslah dengan hidupmu saat ini. Tidak perlu sesali masa lalu dan khawatir akan masa depan.”*

Penulis

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar tanpa halangan apapun. Skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan *Country of Origin* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett**” ini ditulis guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh derajat Sarjana Program Studi Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan jika tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, diucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan selama penulisan skripsi,
2. Ibu Dra. Sri Ekanti Sabardini, M.Si selaku ketua dosen penguji yang telah menguji dan memberikan masukan untuk skripsi ini,
3. Bapak Suparmono, S.E, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta,
4. Seluruh dosen STIM YKPN Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan,
5. Seluruh staf karyawan/karyawati STIM YKPN Yogyakarta yang telah memberikan pelayanan mahasiswa selama perkuliahan,
6. Kedua orang tua dan adik tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam bentuk apapun,

7. Teman seperjuangan Erika Natalia, Wiji Astuti, dan Anissa Kurniasari yang saling mendukung dan memberi semangat selama menyusun skripsi,
8. Sahabat Samuel Adventus yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat,
9. Sahabat-sahabat Seven Ga Wrong (Naning, Vani, Mima, Palma, April, dan Madhu) yang telah menemani dan menghibur selama ini,
10. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Tidak ada yang sempurna di dunia, begitu pula dengan skripsi ini, akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan siapa saja yang membacanya.

Yogyakarta, 23 April 2024

Placidia Amanda Cahyani

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador*, *brand image*, dan *country of origin* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner *online* kepada 165 responden. Kriteria responden antara lain merupakan perempuan Indonesia berusia minimal 17 tahun, pernah melihat promosi Scarlett yang dilakukan oleh EXO, dan pernah membeli produk Scarlett. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Sedangkan uji asumsi dasar menggunakan uji normalitas dan uji asumsi klasik menggunakan uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Pengujian data menggunakan *software* SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand ambassador* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett. Sedangkan *brand image* dan *country of origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, *Brand Image*, *Country of Origin*, dan Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of brand ambassador, brand, image, and country of origin on purchasing decision for Scarlett product. The data collection method used is by giving online questionnaires to 165 respondents. Respondent criterias are Indonesian woman aged at least 17 years old, have seen Scarlett promotions carried out by EXO, and have purchased Scarlett product. The sampling technique used purposive sampling and the data analysis technique used multiple linear regression. While the basic assumption test used normality test and classical assumption test used multicollinearity test and heteroscedasticity test. The results of this study indicate that brand ambassador do not have effect on purchasing decision for Scarlett product. Meanwhile, brand image and country of origin have positive and significant effect on purchasing decision for Scarlett product.*

*Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Country of Origin, and Purchasing Decision*

**DAFTAR ISI**

|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| Halaman Judul.....               | i    |
| Halaman Persetujuan.....         | ii   |
| Halaman Pengesahan .....         | iii  |
| Halaman Pernyataan Keaslian..... | iv   |
| Halaman Motto.....               | v    |
| Kata Pengantar .....             | vi   |
| Abstrak .....                    | viii |
| <i>Abstract</i> .....            | ix   |
| Daftar Isi.....                  | x    |
| Daftar Tabel .....               | xiii |
| Daftar Gambar.....               | xiv  |
| BAB I Pendahuluan .....          | 1    |
| A. Latar Belakang .....          | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....         | 7    |
| C. Batasan Penelitian .....      | 7    |
| D. Tujuan Penelitian .....       | 8    |
| E. Manfaat Penelitian .....      | 8    |

|   |    |
|---|----|
| BAB II Landasan Teori dan Perumusan Hipotesis ..... | 9  |
| A. Landasan Teori.....                              | 9  |
| B. Penelitian Terdahulu .....                       | 17 |
| C. Kerangka Pemikiran.....                          | 18 |
| D. Perumusan Hipotesis.....                         | 19 |
| BAB III Metode Penelitian .....                     | 22 |
| A. Definisi Konsep.....                             | 22 |
| B. Definisi Operasional.....                        | 23 |
| C. Obyek dan Subyek Penelitian .....                | 28 |
| D. Jenis Penelitian.....                            | 28 |
| E. Jenis dan Sumber Data .....                      | 28 |
| F. Populasi dan Sampel .....                        | 28 |
| G. Metode Pengumpulan Data .....                    | 29 |
| H. Teknik Analisis Data .....                       | 30 |
| BAB IV Gambaran Umum dan Analisis Data .....        | 34 |
| A. Gambaran Umum.....                               | 34 |
| B. Karakteristik Responden .....                    | 35 |
| C. Analisis Data .....                              | 38 |
| D. Pembahasan.....                                  | 48 |
| BAB V Simpulan dan Saran .....                      | 51 |

|                      |    |
|----------------------|----|
| A. Simpulan .....    | 51 |
| B. Saran.....        | 52 |
| Daftar Pustaka ..... | 54 |
| Lampiran .....       | 57 |

**DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....            | 17 |
| Tabel 2 Hasil Uji Validitas.....              | 38 |
| Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas .....          | 40 |
| Tabel 4 Hasil Uji Normalitas .....            | 41 |
| Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas .....     | 42 |
| Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....   | 43 |
| Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis .....             | 44 |
| Tabel 8 Hasil Uji Goodness of Fit .....       | 47 |
| Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi ..... | 47 |

**DAFTAR GAMBAR**

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1 Data Penguasa Brand Kecantikan ..... | 2  |
| Gambar 2 Kerangka Pemikiran .....             | 18 |
| Gambar 3 Data Usia Responden .....            | 35 |
| Gambar 4 Data Domisili Responden.....         | 36 |
| Gambar 5 Data Pekerjaan Responden.....        | 37 |