

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN
FREE GIFT AWAY TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING*
(Studi Kasus Pada Masyarakat Ujung Batu)**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

DESMA PUTRI AYU
NIM: 1925090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
2023**

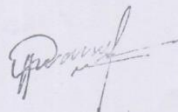
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : DESMA PUTRI AYU
NIM : 1925090
JUDUL : **ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN
FREE GIFT AWAY TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING* (STUDI
KASUS PADA MASYARAKAT UJUNGBATU)**

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Senin tanggal 26 Juni 2023 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 3 Juli 2023

Pembimbing 1



Purwantoro, SE, M.Si
NIDN. 1030049001

Pembimbing 2



Sudarman, SE, M.M
NIDN. 1004049301

Penguji Ujian Akhir Komprehensif

Ketua Penguji

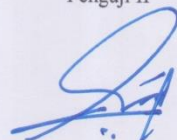


Dr. Heffi Chistya Rahayu, SE, M.Si
NIDN. 1018067303

Penguji I

Ratna Dewi, SE, M.M
NIDN. 1016069401

Penguji II



Andi Afrizal, SE, M.Si, Ak, CA
NIDN. 1014118301

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pasir Pengaraian



Arrafiqur Rahman, S.E, M.M, CPHCM
NIDN. 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : **DESMA PUTRI AYU**
Nomor Induk Mahasiswa : 1925090
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Free Gift Away*
terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlet Whitening

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 10 Juni 2023

suat Pernyataan

DESMA PUTRI AYU

ABSTRAK

DESMA PUTRI AYU. NIM: 1925090. 2023. ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN FREE GIFT AWAY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING. PEMBIMBING I: PURWANTORO, SE., M.Si DAN PEMBIMBING II: SUDARMAN, SE, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* dan *free gift away* terhadap keputusan pembelian pada produk *scarlett whitening*. Populasi penelitian adalah konsumen produk *scarlett whitening*. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sebagai variabel bebas dalam penelitian ini adalah *brand ambassador* dan *free gift away*, serta variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Teknik Analisis data menggunakan *structural Equating Modeling* (SEM PLS). Hasil penelitian menunjukkan *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *scarlett whitening* dan *free gift away* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *scarlett whitening*. Implikasi dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang bisa dilakukan dengan adanya *brand ambassador* dan pemberian *free gift away* kepada konsumen sebagai metode promosi memberikan persentase kontribusi terhadap keputusan pembelian akan jauh lebih besar.

Kata Kunci: *brand ambassador, free gift away, keputusan pembelian*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, telah Memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Free Gift Away* terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*”.**

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Hardianto M.Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Bapak Purwantoro, SE., M.Si selaku ketua Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian sekaligus selaku pembimbing I yang telah menyediakan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis sampai dengan selesainya pembuatan skripsi I ini.
4. Bapak Sudarman, SE., M.M selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis sampai dengan selesainya pembuatan skripsi ini.
5. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan saya dan memberikan dukungan serta motivasi untuk selesainya skripsi ini.

6. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan informasi, ide atau gagasannya yang berkaitan dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan. Akhir kata, penulis berharap agar proposal ini memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai pedoman dalam melakukan penelitian.

Pasir Pengaraian, Juni 2023
Penulis

DESMA PUTRI AYU
NIM : 1925090

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK..... iii

KATA PENGANTAR..... iv

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR..... x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Manfaat Penelitian 8

1.5 Sistematika Penulisan 8

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori 10

2.1.1 *Brand Ambassador*..... 10

2.1.2 *Free Gift Away*..... 17

2.1.3 Keputusan Pembelian 21

2.2 Kerangka Konseptual 26

2.3 Hipotesis 27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian 28

3.2 Populasi dan Sampel 28

3.3 Jenis dan Sumber Data 30

3.4 Teknik Pengambilan Data 30

3.5	Defenisi Operasional	31
3.6	Instrumen Penelitian	32
3.7	Teknik Analisis Data	33
3.7.1	Deskriptif.....	33
3.7.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	34
3.7.2.1	Analisis <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)..	34
3.7.2.2	Analisis <i>Inner Model</i> (Model Struktural)...	39
3.7.3	Pengujian Hipotesis.....	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.1.1	Profil <i>Scarlett Whitening</i>	40
4.2	Karakteristik Responden.....	42
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.2.2	Berdasarkan Usia.....	42
4.2.3	Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.2.4	Berdasarkan Pendapatan/Bulan.....	44
4.2.5	Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
4.2.6	Berdasarka Lama Menjadi Konsumen.....	45
4.2.7	Berdasarka Frekuensi Pembelian.....	46
4.2.8	Berdasarka Sumber Informasi.....	46
4.2.9	Berdasarka Status Pernikahan.....	47
4.3	Analisis Deskriptif.....	47
4.3.1	Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i>	47
4.3.2	Deskriptif Variabel <i>Free Gift Away</i>	49
4.3.3	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	50
4.4	Analisa SEM-PLS	51
4.4.1	Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)....	51
4.4.1.1	<i>Convergen Validity</i>	52
4.4.1.2	<i>Discriminant Validity</i>	54
4.4.1.3	<i>Composite Reliability</i>	55
4.4.2	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	56

4.5 Pengujian Hipotesis	57
4.7 Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Mapping</i> Hasil Penelitian Terkait <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	4
Tabel 1.2 <i>Mapping</i> Hasil Penelitian Terkait <i>Free Gift Away</i> Terhadap Keputusan Pembelian	5
Tabel 1.3 <i>Mapping</i> Hasil Penelitian Terkait Keputusan Pembelian Scarlett Whitening	6
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Menskor Penilaian Berdasarkan Jawaban Atas Pertanyaan.....	33
Tabel 3.3 Nilai Tingkat Capaian Tesponden (TCR).....	33
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Perbulan.....	44
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen.....	45
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	46
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	46
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	47
Tabel 4.10 Hasil TCR <i>Brand Ambassador</i>	48
Tabel 4.11 Hasil TCR <i>Free Gift Away</i>	49
Tabel 4.12 Hasil TCR Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.13 Nilai <i>Outer Loading</i> pada olah data SEM-PLS	53
Tabel 4.14 Nilai AVE pada olah data SEM-PLS Tahap 1.....	54
Tabel 4.15 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Crombach Alpha</i>	55
Tabel 4.16 Nilai R Square	56
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	35
Gambar 4.1 Model Struktural <i>Partial Least Square</i>	52
Gambar 4.2 Model Struktural <i>Partial Least Square</i>	52
Gambar 4.3 Hasil T-Statistik berdasarkan <i>Ouput Bootstrapping</i>	58