

**PENGARUH HARGA, *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *SCARLETT WHITENING*  
INDONESIA DI TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi  
Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana manajemen



Oleh :  
**ERICA BELLA OKTAVIA**  
18.1041.1204

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2022**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erica Bella Oktavia

NIM : 1810411204

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: PENGARUH HARGA, *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *SCARLETT WHITENING* INDONESIA DI TOKOPEDIA; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 07 Oktober 2022

Yang menyatakan,



Erica Bella Oktavia  
NIM. 18.1041.1204

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *SCARLETT WHITENING*  
INDONESIA DI TOKOPEDIA**



Oleh :

**Erica Bella Oktavia  
18.1041.1204**

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah. SE., MM


Dosen Pembimbing Pendamping : Ira Puspitadewi S., SE, MM

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:


Nama : Erica Bella Oktavia  
NIM : 1810411204  
Hari : Jum'at  
Tanggal : 07 Oktober 2022  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Seno Sumowo SE., MM  
NPK : 19661017101092

Anggota I,



Feti Fatimah SE., MM  
NPK : 1979052510709622

Anggota 2,



Ira Puspitadewi S., SE, MM  
NPK : 1981072711703795

Mengesahkan,

Dekan,



Maheni Ika Sari, SE., MM  
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,



Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM  
NPK : 1986051411703796

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Terima kasih saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat yang tak terhingga.
2. Terima kasih kepada kedua orang tua saya Ibu Sundari dan Bapak Nurkholik yang mencintai dan menyayangi saya tanpa batas serta mendoakan dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Terima kasih untuk kakak tercinta Richo Baskori dan Dinda Anugerah, serta adikku Gelasia Neris Devina yang selalu memberikan semangat.
4. Terima kasih kepada Bapak Seno Sumowo, SE., MM. selaku ketua penguji yang telah membantu, membimbing, dan mempermudah dalam proses skripsi saya.
5. Terima kasih kepada Ibu Feti Fatimah, SE., MM selaku dosen pembimbing utama yang telah membantu, membimbing, dan mempermudah dalam proses skripsi saya.
6. Terima kasih kepada Ibu Ira Puspitadewi S., SE., MM selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membantu, membimbing, dan mempermudah dalam proses skripsi saya.
7. Terima kasih kepada teman-teman Ratna Rahmawati, Rohmin Dwi Ayuning J, Bella Citra Ridiana, Mega Wahyu Rhamadanita, Agnes Dwi Arum I, Devinta Dinny Wardani Muhammad Ahsanudin dan Rurry Eka yang telah banyak membantu, memberi semangat, dan mengingatkan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
8. Almamater yang kubanggakan Universitas Muhammadiyah Jember, untuk ilmu yang saya dapatkan Insya'allah akan bermanfaat dalam kehidupan saya.
9. Terima kasih kepada teman-teman Manajemen kelas F Angkatan 2018, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran dari semua pihak agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

## MOTTO

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”

(Q.S Al-Mujadalah ayat 11)

“dan bersabarlah, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Q.S Al-Anfaal ayat 46)

“tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras, tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa”

(Ridwan Kamil)



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah Tuhan yang Maha Pengasih dan Penyayang atas segala rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia”. Skripsi ini disusun guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember Dr. Hanafi M.Pd.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Seno Sumowo SE., MM, Ibu Feti Fatimah SE., MM, dan Ibu Ira Puspita Dewi S., SE., MM selaku dosen penguji dan pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu dan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajaran prodi Manajemen dan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia Pendidikan.

Jember, 07 Oktober 2022

Erica Bella Oktavia

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	
<b>PERNYATAAN PENULIS</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	8
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.3.1 Proses Keputusan Pembelian .....	10
2.1.4 Harga.....	10
2.1.4.1 Peran Harga .....	11
2.1.4.2 Faktor yang mempengaruhi keputusan Harga .....	11
2.1.4.3 Indikator Harga .....	13
2.1.5 <i>Brand Ambassador</i> .....	13
2.1.5.1 Karakteristik <i>Brand Ambassador</i> .....	13
2.1.5.2 Peran <i>Brand Ambassador</i> .....	14
2.1.5.3 Manfaat <i>Brand Ambassador</i> .....	14
2.1.6 <i>Brand Image</i> .....	14



2.1.6.1 Atribut <i>Brand Image</i> .....	15
2.1.6.2 Manfaat <i>Brand Image</i> .....	15
2.1.7 Kualitas Produk.....	16
2.1.7.1 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.1.7.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Kerangka Konseptual .....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
2.4.1 Pengaruh Harga Informasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.4.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
3.1 Identifikasi Variabel.....	26
3.1.1 Variabel Independen .....	26
3.1.2 Variabel Dependen.....	26
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.2.1 Variabel Bebas (Independen).....	26
3.2.1.1 Harga (X1) .....	26
3.2.1.2 <i>Brand Ambassador</i> (X2) .....	27
3.2.1.3 <i>Brand Image</i> (X3).....	27
3.2.1.4 Kualitas Produk (X4) .....	28
3.2.2 Variabel Terikat (Variabel Dependen).....	28
3.2.2.1 Keputusan Pembelian.....	28
3.3 Jenis dan sumber data.....	29
3.3.1 Data Primer.....	29
3.3.2 Data Sekunder .....	29
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik pengambilan sampel .....	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Sampel.....	29
3.4.2.1 Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.5 Pengukuran Instrumen Penelitian.....	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6.1 Studi Kepustakaan.....	30
3.6.2 Studi Lapangan.....	30
3.7 Teknik Analisis Data.....	31
3.7.1 Uji Instrumen .....	31

3.7.1.1 Uji Validitas .....	31
3.7.1.2 Uji Reliabilitas .....	31
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.7.2.1 Uji Normalitas .....	32
3.7.2.2 Uji Multikolinieritas .....	32
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	32
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	32
3.7.4 Uji Hipotesis .....	33
3.7.4.1 Uji t .....	33
3.7.4.2(Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> )).....	33
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	34
4.1.1 Sejarah Berdirinya <i>Scarlett Whitening</i> .....	34
4.1.2 Produk <i>Scarlett Whitening</i> .....	34
4.1.3 Layanan Perusahaan.....	42
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	43
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden.....	43
4.2.2 Analisis Jawaban Responden .....	44
4.3 Hasil Analisis Data.....	49
4.3.1 Hasil Uji Instrumen .....	49
4.3.2 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis .....	54
4.4 Pembahasan.....	55
4.7.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.7.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.7.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel 1.1 Data Akumulasi penjualan toko <i>Scarlett Whitening</i> Indonesia pada Tokopedia bulan Mei 2020-Oktober 2020 .....	5
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Indikator Harga .....	26
Tabel 3.2 Indikator Brand Ambassador .....	27
Tabel 3.3 Indikator Brand Image .....	27
Tabel 3.4 Indikator Kualitas Produk .....	28
Tabel 3.5 Indikator Keputusan Pembelian .....	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal.....	44
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Harga(X1).....	45
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Brand</i> Ambassador(X2).....	45
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X3) .....	46
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X4).....	47
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (Y).....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.11 Hasil Regresi Linear Berganda .....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi).....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Merek Produk Perawatan Tubuh Terlaris Di Indonesia Menurut Pangsa Pasar (Shopee Dan Tokopedia) Agustus 2021 .....	4
Gambar 2.1 Kerangka konseptual .....	24
Gambar 4.1 Logo <i>Scarlett Whitening</i> .....	34
Gambar 4.2 <i>body care</i> .....	34
Gambar 4.3 <i>body lotion</i> .....	35
Gambar 4.4 <i>Body Scrub Coffe, Pomegranate dan Romansa</i> .....	35
Gambar 4.5 <i>Shower Scrub mango</i> .....	35
Gambar 4.6 <i>Shower Scrub coffe</i> .....	36
Gambar 4.7 <i>Shower Scrub Freshy</i> .....	36
Gambar 4.8 <i>Shower Scrub Jolly</i> .....	36
Gambar 4.9 <i>Shower Scrub Charming</i> .....	36
Gambar 4.10 <i>Shower Scrub Pomegranate</i> .....	37
Gambar 4.11 <i>Shower Scrub Cucumber</i> .....	37
Gambar 4.12 <i>face care</i> .....	37
Gambar 4.13 <i>herbalism mugwort mask</i> .....	37
Gambar 4.14 <i>seriously soothing &amp; hydrating gel mask</i> .....	38
Gambar 4.15 <i>Acne cream day dan Acne cream night</i> .....	38
Gambar 4.16 <i>Scarlett Brightly Ever After Day dan Night</i> .....	38
Gambar 4.17 <i>Facial Essence Toner Acne</i> .....	39
Gambar 4.18 <i>Scarlett Facial Essence TonerBrightly</i> .....	39
Gambar 4.19 <i>Serum acne</i> .....	40
Gambar 4.20 <i>Serum brightly ever after</i> .....	40
Gambar 4.21 <i>Acne facial wash – oily skin type</i> .....	40
Gambar 4.22 <i>brightening facial wash – all skin type</i> .....	41
Gambar 4.23 <i>Hair care</i> .....	41
Gambar 4.24 <i>yordanian sea salt shampoo</i> .....	41
Gambar 4.25 <i>yordanian sea salt fragrance conditioner</i> .....	42
Gambar 4.26 website resmi .....	42
Gambar 4.27 facebook .....	43
Gambar 4.28 instagram .....	43
Gambar 4.29 tiktok .....	43
Gambar 4.30 Hasil Uji Normalitas.....	52
Gambar 4.31 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	63
Lampiran 2 Bentuk Kuesioner <i>Googleform</i> .....	67
Lampiran 3 Tabulasi Hasil Responden .....	68
Lampiran 4 Hasil Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	71
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas .....	76
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas .....	82
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinieritas .....	83
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	84
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	85
Lampiran 11 Hasil Uji t.....	87
Lampiran 12 Hasil Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) .....	88
Lampiran 13 Hasil Tabel Validitas (R Tabel).....	89
Lampiran 14 Tabel Distribusi Uji t.....	90

