

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
MINAT BELI PADA PRODUK POND'S DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan oleh :

SAKINAH

19012010076 / FEB / EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
MINAT BELI PADA PRODUK POND'S DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan oleh :

SAKINAH

19012010076 / FEB / EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP
MINAT BELI PADA PRODUK POND'S DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :

SAKINAH
19012010076 / FEB / EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal : 25 November 2024

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Pembimbing Utama



Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M.
NIP. 196203181988031002

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sakinah
NPM : 19012010076
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap
Minat Beli Pada Produk Pond's Di Kota Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 25 November 2024

Yang Menyatakan,



(Sakinah)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan juga karunia-Nya berupa kekuatan dan kelancaran dalam bertindak serta berpikir untuk penyusunan skripsi ini. sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK POND’S DI KOTA SURABAYA”**.

Adapun skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Bersama ini pula dengan segala kerendahan hati, penulis tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung:

1. Almarhum ayah tercinta, Ahmad Suja’i yang semasa hidup hingga sekarang selalu mendukung dan menjadi tempat pelindung penulis tanpa mengenal lelah serta menjadi motivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini. *This is for you*, ayah. Semoga tenang di surga-nya Allah SWT.
2. Mama tersayang, Enda Wahyuni yang selalu memberikan restu doa untuk penulis, yang selalu memberikan penuh semangat agar penulis tidak putus asa, serta memberikan kasih sayang dan dukungan dalam segala proses penyusunan skripsi ini. *Thank you for everything*, mama.

3. Adik tersayang, Ahmad Zayd yang terlihat tidak peduli tetapi selalu berusaha memberi *support* serta menggantikan peran almarhum ayah ketika penulis sakit dan membutuhkan bantuan untuk menemani di kampus saat bimbingan skripsi.
4. Kakek dan nenek penulis, Alm. Abdullah Ubed, Alm. Nusih, Almh. Juma'ati, dan Sri Sunarsih yang telah memberikan dukungan dan restu doa untuk penulis.
5. Aldiansyah yang telah memberikan dukungan moril dan materil kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Adik sepupu penulis, Shakila Jiddan dan Hafis Al Fatih yang telah memberikan vitamin S (semangat) agar penulis selalu Bahagia dan ceria dalam proses penyusunan skripsi.
7. Keluarga besar penulis yang telah memberikan restu doa dan dukungan selama proses penyusunan skripsi.
8. Atasan kerja penulis, Nia Cahyanisari yang selalu memberikan waktu untuk melakukan bimbingan skripsi di saat jam kerja, serta telah memberikan restu doa dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh teman penulis dan orang-orang baik yang telah membantu penyusunan skripsi ini dan juga memberikan jawaban pada kuesioner penelitian penulis, sehingga proses penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar.

10. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M. MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
11. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
12. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
13. Bapak Drs.Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan dukungan dalam Menyusun skripsi sehingga terlaksana dengan baik.
14. Almarhum Bapak Dr. Eko Purwanto, SE.,M.Si selaku Dosen Wali penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
15. Ibu Daisy Marthina Rosyanti, S.E., M.M selaku Dosen Wali penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan restu doa kepada penulis supaya berjalan lancar saat menyusun skripsi ini.
16. Ibu Bagus Irmawati S.E selaku Adm. Program Studi Manajemen yang selalu membantu penulis untuk mengatasi masalah pada berkas pendaftaran ujian penulis, sehingga penulis dapat melaksanakan ujian dengan tepat waktu.
17. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen maupun Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terima Kasih atas segala bantuan selama ini.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian, penulis berusaha semaksimal mungkin agar penyusunan skripsi ini berhasil dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat diterima dan disetujui pada saat ujian seminar skripsi.

Surabaya, 8 September 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Tinjauan Teori	17
2.2.1 Pemasaran	17
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	17
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran	18
2.2.2 Perilaku Konsumen	19
2.2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	19
2.2.2.2 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen	20
2.2.3 Brand Ambassador	23
2.2.3.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	23
2.2.3.2 Karakteristik <i>Brand Ambassador</i>	24
2.2.3.3 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	25
2.2.4 Brand Image	27
2.2.4.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	27
2.2.4.2 Komponen <i>Brand Image</i>	29

2.2.4.3 Faktor-Faktor <i>Brand Image</i>	29
2.2.4.4 Indikator <i>Brand Image</i>	31
2.2.5 Minat Beli.....	33
2.2.5.1 Pengertian Minat Beli.....	33
2.2.5.2 Indikator Minat Beli	34
2.3 Hubungan Antar Variabel	36
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli.....	36
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli.....	37
2.4 Kerangka Konseptual	39
2.5 Hipotesis	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
3.1.1 Definisi Operasional.....	40
3.1.2 Pengukuran Variabel	42
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Sampel	44
3.3 Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1 Jenis Data	44
3.3.2 Sumber Data	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.5.1 Uji Validitas	46
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.6 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	47
3.6.1 Teknik Analisis.....	47

3.6.2 Cara Kerja PLS.....	48
3.6.2.1 Model Spesifikasi PLS	49
3.6.3 Langkah-Langkah PLS.....	50
3.6.4 Asumsi PLS.....	58
3.6.5 Ukuran Sampel	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Profil Perusahaan Pond's.....	59
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	60
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i>	63
4.2.3 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	65
4.2.4 Deskripsi Variabel Minat Beli.....	67
4.3 Analisa dan Pengujian Hipotesis.....	69
4.3.1 Evaluasi <i>Outlier</i>	69
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	71
4.3.2.1 <i>Outer Model</i>	71
4.3.2.2 <i>Inner Model</i>	78
4.3.2.3 Pengujian Hipotesis.....	80
4.4 Pembahasan	81
4.4.1 <i>Brand Ambassador</i> (X1) terhadap Minat Beli (Y).....	81
4.4.2 <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Minat Beli (Y).....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88

LAMPIRAN.....	92
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri Dan Kecantikan Di Indonesia Dari Tahun 2014 Sampai 2027	2
Gambar 1.2 Survei KIC (Katadata Insight Center): 48% Responden Beli Produk Yang Direkomendasikan Artis K-pop Pada Tahun 2022	4
Gambar 1.3 Foto Tzuyu Twice Menjadi Brand Ambassador Pond's	5
Gambar 1.4 Kolom Komentar Dari Penggemar Celebrity Korea Selatan Dan Konsumen Pond's	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 3.1 Diagram Jalur Untuk PLS	51
Gambar 4.1 Perubahan Logo Pond's.....	60
Gambar 4.2 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient, dan R-Square	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 TBI Subkategori: SABUN PEMBERSIH MUKA	8
Tabel 1.2 Data Penjualan Bersih & Pertumbuhan Penjualan Pond's PT Unilever Indonesia	9
Tabel 3.1 Skala Likert	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Brand Ambassador</i>	63
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	65
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli	67
Tabel 4.6 <i>Outlier</i> Data.....	70
Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)	71
Tabel 4.8 <i>Cross Loading</i>	73
Tabel 4.9 Average Variance Extracted (AVE).....	74
Tabel 4.10 Composite Reliability.....	75
Tabel 4.11 Latent Variable Correlations	76
Tabel 4.12 <i>R-Square</i>	79
Tabel 4.13 Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	80

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
MINAT BELI PADA PRODUK POND'S DI KOTA SURABAYA**

Oleh:

SAKINAH

19012010076 / FEB / EM

ABSTRAK

Dalam dunia bisnis tiap tahun persaingan semakin meningkat, salah satu industri yang mengalami perkembangan pesat yaitu industri kecantikan, oleh karena itu, perusahaan harus memiliki inovasi baru yang berdampak pada minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menilai pengaruh *brand ambassador*, *brand image*, terhadap minat beli pada produk Pond's di Kota Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel 100 responden yang sesuai dengan persyaratan pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel secara *Non Probability* dengan metodologi *Purposive Sampling*. Pendekatan analisis data menggunakan program SMART PLS.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *brand ambassador* dan *brand image* berkontribusi terhadap minat beli pada produk Pond's di Kota Surabaya.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Minat Beli