

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR GIRL GROUP RED VELVET,
BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI
CUSTOMER PADA PRODUK AZARINE DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat Pencapaian
Gelar Sarjana Sirata-1

Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh:
AISYAH SUHARTO
NBI 1122000163

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR GIRL GROUP RED VELVET,
BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI
CUSTOMER PADA PRODUK AZARINE DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat Pencapaian
Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh:

AISYAH SUHARTO

NBI 1122000163

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aisyah Suharto

NBI : 1122000163

Judul : Pengaruh Brand Ambassador Girl Group Red Velvet, Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Customer pada Produk Azarine Di Kota Surabaya

Surabaya, 13 Juni 2024

Mengetahui

Disetujui oleh

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dosen Pembimbing 1

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.

NPP 20120870103

NPP 20120860057

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 13 Juni 2024.

Dewan Penguji:

1. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.

Ketua

2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M

Anggota 1

3. Dra. Awin Mulyati, M.M.

Anggota 2

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Aisyah Suharto
NIM : 1122000163
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Girl Group Red Velvet,
Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Minat
Beli Customer pada Produk Azarine Di Kota
Surabaya

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil dari plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/ atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sadar-sadarnya. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi.

Surabaya, 26 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan



Aisyah Suharto



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aisyah Suharto
NBI : 1122000163
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh Brand Ambassador Girl Group Red Velvet, Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Customer pada Produk Azarine Di Kota Surabaya”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 26 Juni 2024

Yang Menyatakan,



(Aisyah Suharto)

MOTTO

“Beljarlah berdiri dengan kedua kakimu sendiri. Semua orang punya masalahnya masing-masing, maka kamu tidak bisa mengharapkan orang lain untuk menyelesaikan masalahmu.” (Weightlifting Fairy Kim Bok Joo).

“Dengan cinta hidup menjadi indah. Dengan ilmu hidup menjadi mudah.
Dengan agama hidup menjadi terarah.”

"Bersikaplah seperti pohon yang teguh, tetapi daunnya selalu siap untuk bergerak dengan angin perubahan."

ABSTRACT

The development of the times means that everything is increasingly changing, not only technology, information, culture and life style, but beauty standards are also affected by this. Currently, many people prioritize appearance, so this can underlie the development of beauty products that are currently widespread. Plus the impact of the current era of globalization, there are various kinds of information that have reached the ears of the wider community in the world. Beauty standards are based on various developed countries, one of which is South Korea, which is one country that is trying to expand its cultural influence to other countries by exporting typical food culture, pop music, drama series, cosmetics and various other entertainment. Indonesia is the main market that has felt the impact of cultural globalization from South Korea, especially among generation Z in Indonesia. There is one local beauty product that has chosen a brand ambassador from South Korea to attract consumers, namely the Azarine product, which is a cosmetic and skincare product. This research aims to determine the influence of brand ambassadors, brand image and brand awareness on purchasing interest in Azarine products in Surabaya. This research method is quantitative used to collect and analyze the necessary data. The sampling technique used was incidental sampling with a total of 96 respondents. In this study, the research instrument used a questionnaire distributed online. The questionnaire contains statements about the indicators in the brand ambassador, brand image, brand awareness and purchase interest variables. The data obtained was then analyzed using the multiple linear regression method to determine the relationship between the independent variable and the dependent variable. The results of this research show that all independent variables, namely brand ambassador, brand image, and brand awareness have a positive effect on the dependent variable, namely buying interest.

keywords: brand ambassador, brand image, brand awareness, and purchase interest

ABSTRAK

Berkembangnya zaman membuat semua hal semakin berubah tidak hanya teknologi, informasi, kebudayaan dan juga *life style*, namun standar kecantikan juga terdampak akan hal itu. Saat ini banyak orang yang mengedepankan penampilan sehingga hal ini dapat mendasari berkembangnya produk – produk kecantikan yang merebak saat ini. Ditambah *impact* dari era globalisasi saat ini, terdapat berbagai macam informasi sehingga sampai ditelinga masyarakat secara luas di dunia. Standar kecantikan yang berkiblat dari berbagai negara maju salah satunya Korea Selatan merupakan salah satu negara yang mencoba untuk memperluas pengaruh budayanya ke negara lain dengan cara mengeksport budaya makanan khas, musik pop, serial drama, kosmetik dan berbagai hiburan lainnya. Indonesia merupakan pasar utama yang telah merasakan dampak globalisasi kultur dari Korea Selatan terutama kalangan generasi Z di Indonesia. Terdapat salah satu produk lokal kecantikan yang memilih salah satu *brand ambassador* dari Korea Selatan untuk menarik konsumen yaitu produk Azarine yang merupakan produk kosmetik dan skincare. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador*, *brand image*, dan *brand awareness* terhadap minat beli pada produk Azarine di Surabaya. Metode penelitian ini adalah kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang diperlukan. Teknik sampel yang digunakan adalah *insidental sampling* berjumlah 96 responden. Dalam penelitian ini instrument penelitian menggunakan kuesioner yang disebar secara online. Kuesioner tersebut memuat pernyataan – pernyataan tentang indikator yang ada di variabel *brand ambassador*, *brand image*, *brand awareness*, dan minat beli. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk menentukan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independent yaitu *brand ambassador*, *brand image*, dan *brand awareness* berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu minat beli.

Kata kunci : *Brand Ambassador*, *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Minat Beli

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas segala Rahmat dan Nikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Ambassador Girl Group Red Velvet, Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Customer Pada Produk Azarine di Kota Surabaya”. Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurahkan bagi Rasulullah SAW. Yang telah membawa manusia dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang dan yang selalu kita harapkan syafaatnya kelak.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program pendidikan Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Kelancaran dalam proses pembuatan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, saran dan do’a dari berbagai pihak. Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan, tetapi penulis juga menyadari bahwa kemungkinan didalam penulisan masih terdapat kekurangan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bagi para pembaca pada umumnya.

Dengan segala kerendahan hati, ketulusan, dan keikhlasan penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT. Yang telah memberikan saya kesehatan serta kelancaran dalam mengerjakan skripsi
2. Untuk diri saya sendiri yang selalu memiliki keinginan untuk mencoba banyak hal dan selalu kuat melewati semuanya hingga bisa menuntaskan pendidikan S1
3. Seluruh keluarga saya, terutama Ibu dan Ayah saya yang selalu mengirim doa dan memberi saya semangat selama kuliah, untuk kakak saya yang membantu saya bisa kuliah di Untag Surabaya, memberi saya kesempatan yang berharga untuk merasakan pengalaman kuliah dan pengalaman lainnya.

4. Sahabat saya Salsabila Aufa Hananda yang pernah menemani saya selama kuliah online dan pernah membantu saya semoga tenang dan bahagia di surga.
5. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
6. Ibu Dr. Dra Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. Selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
8. Bapak Drs. Ute Ch. Nasution, M.S. selaku pembimbing I dan Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M.M selaku pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan kepada saya selama penyusunan skripsi sehingga terselesaikan dengan baik.
9. Semua dosen Administrasi Bisnis Untag Surabaya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan pembelajaran serta ilmunya dari saya semester 1 hingga saat ini semester
10. Semua Teman Administrasi Bisnis angkatan 2020 yang pernah menemani saya selama kuliah dan membantu saya selama kuliah, semoga kita bertemu kembali dengan jalan sukses masing-masing.
11. Rosi teman dekat saya yang selalu mendengarkan keluh kesah saya selama kuliah, semoga kita bertemu dalam keadaan sukses di jalan masing-masing.
12. Vina, Elisa, Wida dan Nadi teman seperjuangan yang telah menemani saya dari semester 7-8 dan telah membantu saya dalam segala hal sampai saat ini.
13. Hongjoong, Seonghwa, Yunho, Mingi, San, Wooyoung, Yeosang dan Jongho (ATEEZ) boygroup korea yang menjadi motivasi untuk terus berjuang dan berambisi untuk meraih mimpi meskipun secara perlahan.
14. Teman dari china saya (Yu yan) terimakasih sudah menemani perjuangan saya selama mengerjakan skripsi dan memberikan saya motivasi yang kuat untuk menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, besar harapan penulis untuk menerima saran dan kritik pembaca. Demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Surabaya, 26 Juni 2024

Aisyah Suharto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
TANDA PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTO	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 <i>Brand Ambassador</i> (Duta Merek).....	19
2.2.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	21
2.2.3 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	25
2.2.4 Minat Beli	28
2.3 Definisi Konsep	29
2.3.1 <i>Brand Ambassador</i>	29
2.3.2 <i>Brand Image</i>	29
2.3.3 <i>Brand Awareness</i>	29
2.3.4 Minat Beli	29
2.4 Definisi Operasional	30
2.4.1 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	30
2.4.2 Indikator <i>Brand Image</i>	30
2.4.3 Indikator <i>Brand Awareness</i>	31
2.4.4 Indikator Minat Beli.....	31

2.5 Pola Hubungan Antar Variabel	32
2.5.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli.....	32
2.5.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	32
2.5.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli	33
2.5.4 Pengaruh <i>Brand Ambassador, Brand Image, dan</i> <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli.....	33
2.6 Kerangka Dasar Pemikiran	34
2.7 Hipotesis	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Rancangan Penelitian.....	37
3.2 Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	40
3.3.1 Skala Pengukuran.....	40
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	41
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	42
3.4.1 Jenis Data.....	42
3.4.2 Sumber Data.....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Teknik Analisis Data	44
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Penyajian Data	49
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.2 Karakteristik Responden.....	50
4.1.3 Uji Instrumen.....	52
4.2 Tabulasi Data	55
4.2.1 Tabulasi Data Variabel.....	56
4.2.2 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel	72
4.3 Analisis Data.....	80
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	80
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	85
4.3.3 Uji Hipotesis.....	87
4.4 Pembahasan	91
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli.....	91
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	91
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli	92
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Ambassador, Brand Image, dan</i>	

<i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli.....	92
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Rekomendasi.....	94
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia	2
Gambar 1.2 Lee Min Ho Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Produk Azarine	5
Gambar 1.3 <i>Red Velvet</i> Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Azarine	6
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Dasar Pemikiran.....	34
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Research Gap.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Skala Likert.....	41
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel 4.5 Uji Validitas	53
Tabel 4.6 Uji Reabilitas	55
Tabel 4.7 Inteval Kelas	55
Tabel 4.8 Tabulasi Data Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	56
Tabel 4.9 Tabulasi Data Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	60
Tabel 4.10 Tabulasi Data Variabel <i>Brand Awareness</i> (X3).....	64
Tabel 4.11 Tabulasi Data Variabel Minat Beli (Y).....	68
Tabel 4.12 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	72
Tabel 4.13 Indikator <i>Brand Image</i>	74
Tabel 4.14 Indikator <i>Brand Awareness</i>	76
Tabel 4.15 Indikator Minat Beli	78
Tabel 4.16 Uji Normalitas.....	81
Tabel 4.17 Uji Linieritas <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	82
Tabel 4.18 Uji Linieritas <i>Brand Image</i> (X2).....	82
Tabel 4.19 Uji Linieritas <i>Brand Awareness</i> (X3)	83
Tabel 4.20 Uji Multikolonieristik.....	83
Tabel 4.21 Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
Tabel 4.22 Uji t (Parsial).....	87
Tabel 4.23 Uji F (Simultan	89
Tabel 4.24 Koefisien Determinasi (R^2).....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	104
Lampiran 2. Hasil Uji Instrumen.....	109
Lampiran 3. Hasil Uji Analisis Data.....	115
Lampiran 4. Kartu Bimbingan.....	119
Lampiran 5. Surat Keterangan Hasil Turnitin.....	121
Lampiran 6. Hasil Turnitin Jurnal	122