

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, GAYA HIDUP  
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT  
WHITENING DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh :  
Anita Siregar  
200910150**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2024**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, GAYA HIDUP  
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT  
WHITENING DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh :  
Anita Siregar  
200910150**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawa ini saya :

Nama : Anita Siregar  
NPM : 200910150  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH BRAND AMBASSADOR, GAYA HIDUP DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING DI KOTA BATAM**

Adalah hasil karya dari sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila pernyataan di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar sarjana akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 05 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



**Anita Siregar**  
200910150

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, GAYA HIDUP  
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT  
WHITENING DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh :  
Anita Siregar  
200910150**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 08 Juli 2024**



**Hikmah, S.E., M.Si.  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Melalui pemasaran berbasis digital seperti pemasaran melalui media Instagram ataupun platform penjualan online seperti Shopee dan Sociolla pelanggan dapat dengan mudah membeli produk, melihat, melakukan review pemakaian dan perusahaan juga dapat memanfaatkan pemasaran berbasis digital itu untuk menarik pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador*, gaya hidup dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli konsumen pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari produk Scarlett Whitening yang sudah pernah menggunakan produk atau melakukan pembelian minimal 1 kali. Sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus *jacob cohen* yang jumlah respondennya adalah sebanyak 204 responden dan menerapkan teknik *non probability sampling*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, teknik mengumpulkan data menggunakan metode penyebaran kuesioner yang disebar melalui *goggle form*. Pengujian data dibantu dengan aplikasi software SPSS 25 dengan pengujian uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Kepuasan pelanggan memberikan pengaruh sebesar dua puluh lima koma nol persen terhadap minat beli. Sedangkan dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *brand ambassador*, gaya hidup dan kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Scarlett Whitening di Kota Batam.

**Kata kunci:** *Brand Ambassador*; Gaya Hidup; Kepuasan Pelanggan; Minat Beli.

## **ABSTRACT**

*Through digital-based marketing such as marketing via Instagram or online sales platforms such as Shopee and Sociolla, customers can easily buy products, view them, review usage and companies can also utilize digital-based marketing to attract customers. This research was conducted with the aim of finding out the influence of brand ambassadors, lifestyle and customer satisfaction on consumer buying interest in Scarlett Whitening products in Batam City. The population in this research are consumers of Scarlett Whitening products who have used the product or made a purchase at least once. The sample used in this research used the Jacob Cohen formula, the number of respondents was 204 respondents and applied non-probability sampling techniques. The research method used in this research is a quantitative method, the data collection technique uses a questionnaire distribution method distributed via goggle form. Data testing is assisted by the SPSS 25 software application with data quality tests, classical assumption tests, influence tests and hypothesis tests. Customer satisfaction has an influence of twenty-five point zero percent on purchasing interest. Meanwhile, the results of the hypothesis test show that brand ambassador, lifestyle and customer satisfaction partially and simultaneously have a positive and significant influence on consumer buying interest in Scarlett Whitening products in Batam City.*

**Keywords:** *Brand Ambassador; Lifestyle; Customer Satisfaction; Purchase Interest.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Ibu Hikmah, S.E., M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu dalam memberikan bimbingan dan petunjuk sampai selesainya skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan;
6. Orang tua, adik dan pacar yang saya cintai telah memberikan doa, kasih sayang, nasehat dan dukungan penuh;
7. Teman-teman yang memberikan semangat dan dukungannya selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik;
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan jumlahnya yang telah membantu mengisi kuesioner sehingga penulis dalam pembuatan skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan dan memberi kelancaran dalam segala hal yang dikerjakan.

Batam, 02 Juli 2024

Anita Siregar





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.6.2 Manfaat Praktis.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Brand Ambassador.....	14
2.1.2 Gaya Hidup.....	17
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.4 Minat Beli.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli.....	28
2.3.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli.....	29
2.3.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli.....	29
2.4 Hipotesis.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Sifat Penelitian.....	31
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	32
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	32
3.3.2 Periode Penelitian.....	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.4.1 Populasi.....	33
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	33
3.4.3 Teknik Sampling.....	34
3.5 Sumber Data.....	35

3.6 Pengumpulan Data .....	35
3.7 Operasional Variabel Penelitian .....	36
3.7.1 Variabel Independen .....	37
3.7.2 Variabel Dependen.....	38
3.8 Metode Analisis Data .....	39
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif.....	40
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	41
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	42
3.8.4 Uji Pengaruh .....	44
3.9 Uji Hipotesis .....	45
3.9.1 Uji Parsial (Uji T) .....	45
3.9.2 Uji Simultan (Uji F) .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	47
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	48
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	50
4.3 Deskriptif Jawaban Responden.....	51
4.3.1 Deskriptif Jawaban Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	52
4.3.2 Deskriptif Jawaban Variabel Gaya Hidup .....	53
4.3.3 Deskriptif Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan .....	55
4.3.4 Deskriptif Jawaban Variabel Minat Beli .....	56
4.4 Analisis Data.....	57
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	57
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	60
4.4.3 Uji Pengaruh .....	64
4.5 Uji Hipotesis .....	66
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	66
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	68
4.6 Pembahasan .....	68
4.6.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli .....	68
4.6.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli .....	69
4.6.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli .....	70
4.6.4 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> , Gaya Hidup, Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli.....	71
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	72
4.7.1 Implikasi Teoritis .....	72
4.7.2 Implikasi Praktis .....	72
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>74</b>
5.1 Simpulan.....	74
5.2 Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>Lampiran I Pendukung Penelitian</b>	
<b>Lampiran II Daftar Riwayat Hidup</b>	

### **Lampiran III Surat Keterangan penelitian**

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b>	Data Penjualan Skincare Scarlett Whitening Tahun 2022-2023.....	6
<b>Gambar 1. 2</b>	Data Penjualan Scarlett Whitening Tahun 2023 .....	6
<b>Gambar 1. 3</b>	Penilaian Produk Scarlett Whitening .....	8
<b>Gambar 2. 1</b>	Kerangka Pemikiran .....	30
<b>Gambar 4. 1</b>	Logo Scarlett Whitening.....	46
<b>Gambar 4. 2</b>	Histogram Normalitas .....	61
<b>Gambar 4. 3</b>	Hasil Uji Normalitas Diagram (P-P plot) .....	61

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu .....	26
<b>Tabel 3. 1</b> Periode Penelitian .....	32
<b>Tabel 3. 2</b> Skala Likert .....	36
<b>Tabel 3. 3</b> Tabel Operasional Variabel.....	38
<b>Tabel 3. 4</b> Rentang Skala .....	41
<b>Tabel 4. 1</b> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
<b>Tabel 4. 2</b> Responden Berdasarkan Usia .....	49
<b>Tabel 4. 3</b> Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
<b>Tabel 4. 4</b> Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	51
<b>Tabel 4. 5</b> Rentang Skala .....	52
<b>Tabel 4. 6</b> Hasil Analisis Deskriptif Brand Ambassador (X1) .....	52
<b>Tabel 4. 7</b> Hasil Analisis Deskriptif Gaya Hidup (X2) .....	54
<b>Tabel 4. 8</b> Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (X3).....	55
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli (Y) .....	56
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	58
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup.....	58
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	59
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	59
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	60
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	62
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
<b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
<b>Tabel 4. 18</b> Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	64
<b>Tabel 4. 19</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	66
<b>Tabel 4. 20</b> Hasil Uji T (Parsial) .....	67
<b>Tabel 4. 21</b> Hasil Uji F .....	68

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3. 1</b> Jacob Cohen .....	33
<b>Rumus 3. 2</b> Rentang Skala .....	40
<b>Rumus 3. 3</b> Regresi Linier Berganda .....	44