

**PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR, DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
PRODUK SOMETHINC**

**SKRIPSI**



**Nama : Tiara Amelia Putri**

**Nim : 43119010148**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2023**

**PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR, DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
PRODUK SOMETHINC**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana Jakarta Barat**



**Nama : Tiara Amelia Putri**

**Nim : 43119010148**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Amelia Putri

NIM : 43119010148

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi dibawah ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia apabila dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan plagiat.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Juni 2022



Tiara Amelia Putri

NIM: 43119010148

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tiara Amelia Putri  
NIM : 43119010148  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Somethinc  
Tanggal Sidang : 4 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Tukhas Shilul Imaroh, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 10233091



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, dan Harga terhadap Minat Beli konsumen pada produk Somethinc. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna produk Somethinc di Kawasan DKI Jakarta. Pada penelitian ini menggunakan 115 responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan Metode *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Brand Image berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli, Brand Ambassador berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli, harga berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli.

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



## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the effect of Brand Image, Brand Ambassador, and Price on Consumer Purchase Interest in Somethinc products. The population used in this study are users of Somethinc products in the DKI Jakarta area. In this study using 115 respondents as a research sample using Non Probabilty Sampling technique with Purposive Sampling Method. The data collection method used is the survey method, using a questionnaire as a research instrument. The data analysis method uses Partial Least Square. The results in this study indicate that Brand Image has a significant positive effect on Purchase Interest, Brand Ambassador has a significant positive effect on Purchase Interest, price has a significant positive effect on Purchase Interest.*

*Keywords: Brand Image, Brand Ambassador, Price, Purchase Intention*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji serta syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Somethinc”**. Proposal skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen pada Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan proposal skripsi ini, penulis menyadari tidak lepas dari kekurangan dan kendala yang ada, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis dalam saat melakukan penyusunan proposal skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini tepat waktu.

Dengan hormat penulis ingin berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan rasa semangat kepada penulis, terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Andi Andriansyah, PhD selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Tukhas Sihlul Imaroh, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, pengetahuan, waktu, dan nasehat saat penyusunan proposal skripsi ini.
3. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Nur Aisyah F. Pulungan, SE, MM selaku Dosen Tugas Akhir yang telah memberikan ilmu serta nasihat demi terselesainya proposal skripsi ini
6. Kepada seluruh dosen Fakultas S1 Manajemen Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan selama masa perkuliahan.
7. Dan yang teristimewa, untuk kedua orang tua, Alm. Bapak H.Muhamad Syafei dan Ibu Chairani, dan Angga Ardiansyah sebagai kakakku atas segala dukungan dan doa yang diberikan kepada penulis.
8. Kepada Aulia Ifany, Desy Safitri, dan Anastika Hasna, atas bantuan tenaga, waktu, dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan proposal skripsi.
9. Untuk semua rekan-rekan di Universitas Mercu Buana, Program Studi Manajemen S1 2019, atas segala motivasi dan bantuannya dalam proses perkuliahan.
10. Teruntuk Jaemin dan Renjun serta semua member nct dream yang telah menginspirasi penulis untuk meneliti permasalahan pada proposal skripsi ini.

Pada proses penyusunan proposal ini, penulis menyadari masih ada beberapa kekurangan . penulis berharap pembahasan pada proposal skripsi ini bermanfaat bagi semua yang bersangkutan.

Jakarta, 10 Juni 2022



Tiara Amelia Putri



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kontribusi Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>11</b>
A. Kajian Pustaka .....	11
1. Manajemen Pemasaran .....	11
2. Brand Image .....	14
3. Brand Ambassador .....	19
4. Harga (Price) .....	23
5. Minat Beli .....	29
B. Penelitian Terdahulu .....	33
C. Kerangka Penelitian .....	44
D. Pengembangan Hipotesis .....	44
1. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli .....	44
2. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli .....	45
3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli .....	46

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	481.
Waktu Penelitian .....	48
2. Tempat Penelitian.....	48
B. Desain Penelitian.....	48
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	49
1. Definisi Variabel .....	49
2. Operasionalisasi Variabel.....	51
D. Skala Pengukuran Variabel .....	55
E. Populasi dan Sampel .....	56
1. Populasi .....	56
2. Sampel.....	56
F. Metode Pengumpulan Data.....	58
G. Metode Analisis Data.....	59
1. Analisis Deskriptif.....	59
H. Analisis Partial Least Square (PLS) .....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
1. Analisis Deskriptif .....	65
a. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	65
b. Deskriptif Responden .....	66
c. Deskriptif Variabel.....	68
2. Analisis Partial Least Square (PLS).....	74
a. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	74
b. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model) .....	82
3. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	86
a. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli .....	86
b. Pengaruh Brand Ambasaador Terhadap Minat Beli.....	87
c. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	89

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>91</b>
A. Kesimpulan .....	91
B. Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Prasurvey.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Brand Image.....	52
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Brand Ambassador.....	53
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Harga.....	53
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Minat Beli .....	54
Tabel 3. 5 Instrumen Skala Likert.....	56
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden.....	67
Tabel 4. 2 Hasil Uji Deskriptif Variabel Brand Image .....	68
Tabel 4. 3 Hasil Uji Deskriptif Variabel Brand Ambassador .....	70
Tabel 4. 4 Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga .....	71
Tabel 4. 5 Hasil Uji Deskriptif Variabel Minat Beli.....	72
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Convergent Validity Tahap 1 .....	75
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Convergent Validity Tahap 2 .....	77
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE).....	79
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker).....	81
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan Cposite Reliability .....	82
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Nilai R-Square .....	83
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Bootstrapping.....	84
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Nilai F-Square.....	85
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Nilai Q <sup>2</sup> .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce .....	2
Gambar 1. 2 Prasurvey Brand Somethinc .....	3
Gambar 1. 3 Harga Produk Somethinc .....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	44
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Somethinc .....	65
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Convergent Validity Tahap 1 .....	75
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Convergent Validity Tahap 2 .....	77
Gambar 4. 4 Hasil Pengujian Bootstrapping .....	83



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner Penelitian .....	104
Lampiran 3 : Hasil Uji Deskriptif.....	116
Lampiran 4 Hasil Pengujian Convergent Validity Tahap 1 .....	120
Lampiran 5 Hasil Pengujian Convergent Validity Tahap 2 .....	122
Lampiran 6 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE).....	123
Lampiran 7 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker).....	125
Lampiran 8 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan Reliability .....	125
Lampiran 9 Hasil Pengujian R-Square.....	125
Lampiran 10 Hasil Pengujian Nilai Signifikan.....	126
Lampiran 11 Hasil Pengujian Nilai F-Square.....	126
Lampiran 12 Hasil Pengujian Nilai Q <sup>2</sup> .....	127
Lampiran 13 Chart.....	127

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA