

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST*, DAN
BRAND AMBASSADOR IDOL KPOP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG PRODUK SCARLETT WHITENING DI
DKI JAKARTA DENGAN KEPUASAN PEMBELIAN
SEBAGAI INTERVENING**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Kahla'a Salsabiil

NIM : 43120110021

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

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST*, DAN
BRAND AMBASSADOR IDOL KPOP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG PRODUK SCARLETT WHITENING DI
DKI JAKARTA DENGAN KEPUASAN PEMBELIAN
SEBAGAI INTERVENING**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI-A

Nama : Kahla'a Salsabiil
NIM : 43120110021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Kahla'a Salsabiil

NIM : 43120110021

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi 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 dikenai sanksi pembatalan skripsi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Agustus 2024



Kahla'a Salsabiil
NIM : 43120110021

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Kahlaa Salsabiil
NIM : 43120110021
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Dan Brand Ambassador Idol Kpop Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Scarlett Whitening Di DKI Jakarta Dengan Kepuasan Pembelian Sebagai Intervening
Tanggal Sidang : 29 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Catur Widayati, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244365



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, *Brand Trust* dan *Brand Ambassador* Idol Kpop terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada generasi Z di DKI Jakarta. Objek dalam penelitian ini adalah generasi Z yang telah membeli dan menggunakan produk Scarlett Whitening. Sampel yang digunakan sebanyak 200 responden, yang diperoleh menggunakan metode *purposive sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan pengumpulan data menggunakan metode survey. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0. Penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembelian, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, *Brand Trust* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pembelian, *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian, *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Brand Ambassador Idol Kpop, Kepuasan Konsumen, Generasi Z



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Product Quality, Brand Trust and Brand Ambassador of Kpop Idols on Purchase Decisions for Scarlett Whitening Products among generation Z in DKI Jakarta. The object of this research is generation Z who have purchased and used Scarlett Whitening products. The sample used was 200 respondents, obtained using the purposive sampling method. The research method used is a quantitative method, with data collection using a survey method. The data analysis method used is Structural Equation Model (SEM) using SmartPLS software version 3.0. This research proves that Product Quality has a positive and significant influence on Purchase Satisfaction, Product Quality has a positive and significant influence on Repurchase Decisions, Brand Trust has a positive and insignificant influence on Purchase Satisfaction, Brand Trust has a positive and significant influence on Repeat Purchases. Decision, Brand Ambassadors have a positive and significant influence on repeat purchase decisions. positive and significant on purchase satisfaction, Brand Ambassador has a positive and significant effect on repeat purchase decisions.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Kpop Idol Brand Ambassador, Consumer Satisfaction, Generation Z



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust Dan Brand Ambassador Idol Kpop Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Scarlett Whitening Di DKI Jakarta Dengan Kepuasan Pembelian Sebagai Intervening”**.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada Dr. Catur Widayati, SE. MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dr. Muhyarsyah, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
6. Teristimewa, kedua orang tua penulis Juansyah dan Endi Supandi, kakak Suci Nurul Wardah, adik Muhammad Riziq Efandi, Muhammad Raziq Efandi dan keluarga yang telah memberikan semangat, doa serta dukungan moral dan material yang tiada henti kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Kepada sepupu penulis Kamiilah Ulayya, Auliya Nurul Qurani dan Ros Ulul Salwa yang selalu memberikan semangat kepada penulis selama mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
8. Para sahabat penulis dan teman-teman seperjuangan yang telah banyak memberikan dorongan untuk menyusun skripsi ini diantaranya Munila Adibah, Lusi Kartika Sari, Putri Adriyani, Raihan Prayogi, Cheva Nafila, Devi Kania Mayangsari, Amelia Regita Pramesti, Bima Maulana Saputra, Budi Ariyanto, Rena Yulia, dan Valensia Debora.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



UNIVERSITAS Jakarta, Agustus 2024
MERCU BUANA

Kahla'a Salsabiil

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBARAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
2. Perilaku Konsumen	16
3. Kualitas Produk.....	19
4. Brand Trust	23
5. Brand Ambassador Idol KPOP	26
6. Keputusan Pembelian Ulang	29
7. Kepuasan Pembelian	33
8. Peneliti Terdahulu	35
B. Hubungan Antar Variabel Dan Pengembangan Hipotesis	41
1. Hubungan Kualitas Produk dan Kepuasan Pembelian	41
2. Hubungan Brand Trust dan Kepuasan Pembelian.....	42

3.	Hubungan Brand Ambassador Idol KPOP dan Kepuasan Pembelian	.43
4.	Hubungan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Ulang44
5.	Hubungan Brand Ambassador Idol KPOP dan Keputusan Pembelian Ulang44
6.	Hubungan Brand Trust dan Keputusan Pembelian Ulang45
C.	Kerangka Pemikiran46
D.	Hipotesis47
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN49
A.	Waktu Dan Penelitian49
B.	Desain Penelitian49
C.	Definisi Dan Oprasionalisasi Variabel50
1.	Variabel Penelitian50
2.	Oprasionalisasi Variabel53
D.	Skala Pengukuran56
E.	Populasi dan Sampel Penelitian57
1.	Populasi Penelitian57
2.	Sampel Penelitian58
F.	Metode Pengumpulan Data59
G.	Metode Analisis Data59
1.	Analisis Deskriptif60
2.	Uji Instrumen61
3.	Analisis Structural Equation Model (SEM)62
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN67
A.	Analisis Deskriptif67
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian67
2.	Deskripsi Responden73
3.	Deskriptif Jawaban Responden77
B.	Hasil Uji Kualitas Data83
1.	Evaluasi Measurement (Outer Model)83
2.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)92
C.	Pembahasan Hasil Penelitian97

1. Pengaruh Brand Ambassador terhadap Kepuasan Pembelian	97
2. Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Ulang .	98
3. Pengaruh Brand Trust terhadap Kepuasan Pembelian.....	98
4. Pengaruh Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	99
5. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pembelian	100
6. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN	110



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

1.1	Pra Survey	7
2.1	Penelitian Terdahulu	36
3.1	Oprasionalisasi Variabel.....	53
3.2	Instrument Skala Likert.....	57
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Saat Ini	74
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	76
4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Kualitas Produk	77
4.6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Brand Trust</i>	78
4.7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Brand Ambassador</i>	80
4.8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Kepuasan Pembelian.....	81
4.9	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Keputusan Pembelian Ulang	82
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	83
4.11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	86
4.12	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loadings</i>).....	88
4.13	Hasil Pengujian AVE.....	90
4.14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterium</i>)	91
4.15	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability & Cronbach's Alpha</i>	92
4.16	Nilai R2 Variabel Endogen	93
4.17	Hasil Pengujian Hipotesis	94

DAFTAR GAMBAR

1.1	10 Brand Produk Perawatan Kecantikan Terlaris Di E- Commerce Tahun 2022.....	2
2.1	Model Kerangka Konseptual Penelitian	46
4.1	Logo Scarlett Whitening	67
4.2	Produk Scrllett Whitening.....	68
4.3	Body Lotion	69
4.4	Shower Scrub	70
4.5	Body Scrub.....	71
4.6	Cream	71
4.7	Serum	72
4.8	Facial Wash.....	73
4.9	Hasil Algoritma Pls.....	85
4.10	Hasil Algoritma Pls (Modifikasi).....	87
4.11	Hasil Uji Bostrapping.....	96

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner	110
2	Hasil Kuesioner	115
3	Hasil Output PLS	142

