

**SKRIPSI**

**PENGARUH *GLOW* AMBASSADOR DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING  
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada EXO-L di Kota Banjarmasin)**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**INTAN AULIA RAHMAH**

**2010312120016**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN**

**2024**

**LEMBAR LEGALITAS**

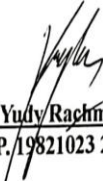
**PENGARUH *GLOW* AMBASSADOR DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING  
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada EXO-L di Kota Banjarmasin)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:


**Intan Aulia Rahmah**  
NIM. 2010312120016

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 24 September 2024  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima


Dosen Pembimbing

  
**M. Yudy Rachman, SE, MM**  
NIP. 19821023 200501 1 001

Penguji I

  
**Dr. Nuril Huda, SE, MM**  
NIP. 19721021199903 1 002

Penguji II

  
**Rusniati, SE, M.Si**  
NIP. 19721117 199702 2 004

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi SI Manajemen

  
**Abdul Hadi, SE, M.Si**  
NIP. 19700707 200501 1 001

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Intan Aulia Rahmah  
NIM : 2010312120016  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Glow Ambassador* dan *Brand Image* terhadap  
Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* dengan  
Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada  
EXO-L di Kota Banjarmasin)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 24 September 2024  
(Ruang Sidang 2 Gedung Post Graduate)  
Waktu Ujian : 10.00-12.00 WITA

**Tim Penguji**

**Pembimbing: M. Yudy Rachman, SE, MM**

(  )

**Penguji I: Dr. Nuril Huda, SE, MM**

(  )

**Penguji II: Rusniati, SE, M.Si**


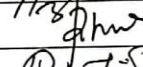
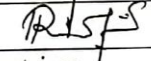
(  )

## BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat di bawah ini:

1. Nama : Intan Aulia Rahmah
2. NIM : 2010312120016
3. Jurusan : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh *Glow Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada EXO-L di Kota Banjarmasin)
5. Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
6. Ujian Dilaksanakan : Selasa, 24 September 2024  
(Ruang Sidang 2 Gedung Post Graduate)
7. Waktu Ujian : 10.00-12.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji:

No.	Nama Dosen	Keterangan	Tanda Tangan
1.	M. Yudy Rachman, SE, MM	Pembimbing	
2.	Dr. Nuril Huda, SE, MM	Penguji I	
3.	Rusniati, SE, M.Si	Penguji II	

Demikian Berita Acara Perbaikan Skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.


Banjarmasin, 24 September 2024



Mengetahui,  
Koordinator Program Studi S1 Manajemen

  
Abdul Hadi, SE, M.Si  
NIP. 19700707 200501 1 001

Mahasiswa

  
Intan Aulia Rahmah  
NIM. 2010312120016

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya selaku peneliti yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan yang sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 17 September 2024

Yang membuat pernyataan,



Intan Aulia Rahmah  
NIM. 2010312120016

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, serta tak lupa shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Glow Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada EXO-L di Kota Banjarmasin)” akhirnya dapat terselesaikan.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan dan do’a, serta semangat dari berbagai pihak yang turut membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dan Dosen Penasihat Akademik yang telah memberikan bimbingan, nasihat, dan arahan selama proses perkuliahan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat beserta jajarannya.
3. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

4. Bapak M. Yudy Rachman, SE, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada Peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Nuril Huda, SE, MM selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan kritik serta saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.
6. Ibu Rusniati, SE, M.Si selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik serta saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pengajar serta seluruh Staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan banyak pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi Peneliti.
8. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Muhammad Fajri dan pintu surgaku Ibunda Norliyana. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Adik penulis Mutiara Husna serta seluruh keluarga besar, yang telah memberikan do'a, dukungan, perhatian serta motivasinya yang tidak ternilai diberikan kepada penulis.
9. Sahabat penulis, Anita, Ellen, Farah, Novi, Pepeh yang telah banyak membantu dan kebersamai proses penulis dari awal perkuliahan sampai tugas akhir. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, *support*, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini.
10. Teman-teman yang sudah membantu dan mendukung selama diperkuliahan, dari teman di Angkatan 2020, kelas konsentrasi Manajemen Pemasaran, Manajemen C, serta seluruh teman-teman seperjuangan mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

11. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan semua yang telah membantu, memberikan dukungan dan semangat.
12. Seluruh member EXO dan EXO-L yang telah memberikan motivasi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. *Last but not least*, untuk Intan Aulia Rahmah. Terima kasih sudah mau bertahan dan berjuang atas apapun yang terjadi sampai dengan saat ini, walaupun sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil. Berbanggalah kepada diri sendiri karena telah menjadi pahlawan dalam cerita hidupmu sendiri. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Penulis sangat berterima kasih dan mendoakan semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini semoga mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini memberikan manfaat terutama untuk penulis sendiri dan bagi para pembaca.

Banjarmasin, 17 September 2024

Peneliti,



Intan Aulia Rahmah  
NIM. 2010312120016

## **ABSTRACT**

Intan Aulia Rahmah (2024). *The Effect of Glow Ambassador and Brand Image on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening Products with Purchase Intention as an Intervening Variable (Study on EXO-L in Banjarmasin City)*". M. Yudy Rachman (Supervisor).

*This study aims to analyze: (1) the effect of glow ambassadors on purchase intention, (2) the effect of glow ambassadors on purchasing decisions, (3) the effect of brand image on purchase intention, (4) the effect of brand image on purchasing decisions, and (5) the effect of purchase intention on purchasing decisions.*

*This research uses quantitative methods. The population and sample in this study were EXO-L in Banjarmasin city who were at least 17 years old and had purchased at least 1 scarlett whitening product. The sampling technique in this study was purposive sampling with a sample size of 120 respondents. Data were analyzed with Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS).*

*The results of this study indicate that Glow Ambassador has a positive effect on Purchase Intention, Glow Ambassador has a positive effect on Purchasing Decisions, Brand Image has a positive effect on Purchase Intention, Brand Image has a positive effect on Purchasing Decisions, and Purchase Intention has a positive effect on Purchasing Decisions.*

**Keywords:** *Glow Ambassador, Brand Image, Purchase Intention, Purchase Decision*

## ABSTRAK

Intan Aulia Rahmah (2024). Pengaruh *Glow Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada EXO-L di Kota Banjarmasin)”. M. Yudy Rachman (Pembimbing).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh *glow ambassador* terhadap minat beli, (2) pengaruh *glow ambassador* terhadap keputusan pembelian, (3) pengaruh *brand image* terhadap minat beli, (4) pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian, dan (5) pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah EXO-L di kota Banjarmasin yang berusia minimal 17 tahun dan telah berbelanja minimal 1 produk scarlett whitening. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Data dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Glow Ambassador* berpengaruh positif terhadap Minat Beli, *Glow Ambassador* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Image* berpengaruh positif terhadap Minat Beli, *Brand Image* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, dan Minat Beli berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** *Glow Ambassador*, *Brand Image*, Minat Beli, Keputusan Pembelian

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR LEGALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.2 Minat Beli.....	19
2.1.3 <i>Glow Ambassador</i> .....	22
2.1.4 <i>Brand Image</i> .....	26
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	29
<b>BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN ..</b>	<b>32</b>
3.1 Kerangka Konseptual .....	32
3.2 Hipotesis .....	32
3.2.1 <i>Glow Ambassador</i> terhadap Minat Beli .....	32
3.2.2 <i>Glow Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	33
3.2.3 <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli .....	34
3.2.4 <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	35
3.2.5 Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....	36
<b>BAB IV METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>

4.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	37
4.2 Jenis Penelitian .....	37
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian .....	38
4.4 Unit Analisis .....	38
4.5 Populasi dan Sampel .....	38
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	40
4.7 Teknik Pengumpulan Data.....	45
4.8 Teknik Analisis Data .....	45
4.8.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	46
4.8.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	48
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>50</b>
5.1 Gambaran Umum Scarlett Whitening .....	50
5.2 Hasil dan Analisis .....	52
5.2.1 Karakteristik Responden .....	52
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian .....	56
5.2.3 Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	64
5.2.4 Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	67
5.2.5 Uji Hipotesis .....	69
5.2.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
5.2.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	75
5.2.8 Keterbatasan Penelitian .....	79
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
6.1 Kesimpulan.....	80
6.2 Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 4 . 1 Definisi Operasional Variabel .....	42
Tabel 4 . 2 Skala Likert .....	45
Tabel 5. 1 Data Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 5. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 5. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 5. 4 Data Responden Berdasarkan Domisili .....	55
Tabel 5. 5 Kriteria Tiga Kotak ( <i>Three-box Method</i> ).....	56
Tabel 5. 6 Tanggapan Responden pada <i>Glow Ambassador</i> .....	57
Tabel 5. 7 Tanggapan Responden pada <i>Brand Image</i> .....	58
Tabel 5. 8 Tanggapan Responden pada Minat Beli .....	60
Tabel 5. 9 Tanggapan Responden pada Keputusan Pembelian .....	62
Tabel 5. 10 Jenis Produk .....	63
Tabel 5. 11 <i>Outer Loading Factor</i> .....	65
Tabel 5. 12 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	66
Tabel 5. 13 Nilai <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i> .....	67
Tabel 5. 14 Nilai <i>R-Square</i> .....	67
Tabel 5. 15 Nilai <i>Output Q-Square</i> .....	68
Tabel 5. 16 <i>Path Coefficients</i> .....	69
Tabel 5. 17 <i>Indirrect Effect</i> .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Scarlett Whitening .....	2
Gambar 1. 2 <i>Brand Skincare</i> Terlaris di <i>E-Commerce</i> .....	3
Gambar 1. 3 Data Penjualan Scarlett Whitening Tahun 2022-2023.....	5
Gambar 1. 4 Negara Asia Pasifik yang Paling Banyak Konsumsi Konten Korea ..	7
Gambar 1. 5 <i>Glow Ambassador</i> Scarlett Whitening EXO.....	8
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 5.1 Logo Scarlett Whitening .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	87
Lampiran 2 Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	92
Lampiran 3 Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	93
Lampiran 4 Hasil Analisis.....	94