

## HALAMAN MOTTO

“Pengalaman adalah guruku”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kesehatan, hidayah, rezeki, dan segala karunia-Nya kepada penulis sehingga telah terselesaikan skripsi ini dengan baik. Karya tulis ini, penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.
2. Kepada kedua orang tua saya terimakasih telah memberi dukungan selama ini, terimakasih atas segala doa yang diberikan serta usaha yang diberikan agar penulis lulus kuliah. Semoga penulis dapat membanggakan kedua orangtua dan menjadi sukses dunia akhirat.
3. Ibu Mispriyanti ,S.E,Ak.M.Ak.CA selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis menyelesaikan skripsi sebagai nilai Pendidikan akhir. Terimakasih sudah meluangkan waktu untuk memberikan koreksi, revisi dan masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
4. Responden yang sudah berpartisipasi atas berjalanya penelitian ini, terimakasih sudah meluangkan waktunya untuk membantu berjalanya skripsi penulis.
5. Adik, teman-teman dan orang yang sayangi terimakasih sudah membantu penulis dan memotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *brand trust*, *brand ambassador*, dan *brand image* terhadap minat beli *body lotion* Scarlett di Kebumen. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Metode yang digunakan pada penelitian ini untuk menganalisis yaitu uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik( uji multikonieritas, uji heterokedastisitas dan uji normalitas), uji parsial, uji koefisien determinasi, dan analisis regresi linear berganda. Dengan bantuan program *SPSS 25 for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand trust* berpengaruh terhadap minat beli konsumen, *brand ambassador* tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen, *brand image* berpengaruh terhadap minat beli konsumen dan secara bersama- sama variabel *brand trust*, *brand ambassador* dan *brand image* berpengaruh simultan terhadap minat beli *body lotion* Scarlett di Kebumen.

**Kata kunci** : *brand trust*, *brand ambassador*, *brand image*, minat beli konsumen.

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap *Body Lotion* Scarlett di Kabupaten Kebumen” dengankelancaran dan kemudahan. Tanpa pertolongan-Nya mustahil kiranya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar. Semoga kita selalu dalam lindungan- Nya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata-1 pada Program Studi Manajemen di Universitas Putra Bangsa. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah ber-andil dalam pengerjaan skripsi penulis. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Mispuyanti ,S.E,Ak.M.Ak.CA selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis menyelesaikan skripsi sebagai nilai Pendidikan akhir. Terimakasih sudah meluangkan waktu untuk memberikan koreksi, revisi dan masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
2. Segenap dosen dan civitas Akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam meyun skripsi ini.

3. Responden yang sudah berpartisipasi atas berjalanya penelitian ini, terimakasih sudah meluangkan waktunya untuk membantu berjalanya skripsi penulis.
4. Semua pihak yang telah memberikan waktunya untuk membantu terselesaikanya tugas skripsi dari awal sampai akhir.

Penulis berharap terselesaikanya skripsi ini semoga bisa menjadi acuan pembaca dan bermanfaat bagi pembaca.



Kebumen, 21 Juni 2024

Penulis,

Dinda Septiyani

NIM : 205504242

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	17
PENDAHULUAN .....	17
1.1. Latar Belakang Masalah .....	17
1.2. Rumusan Masalah .....	22
1.3. Batasan Masalah.....	23
1.4. Tujuan Penelitian.....	25
1.5. Manfaat Penelitian.....	25
BAB II.....	27
KAJIAN PUSTAKA.....	27
2.1. Tinjauan Teori .....	27
2.1.1. Minat Beli .....	27
2.1.2. <i>Brand Trust</i> .....	29

2.1.3.	<i>Brand Ambassador</i> .....	30
2.1.4.	<i>Brand Image</i> .....	34
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	37
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	38
2.4.	Model Empiris .....	40
2.1.	Hipotesis .....	40
METODE PENELITIAN.....		41
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	41
3.2.	Variabel Penelitian .....	41
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	41
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	47
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6.	Populasi dan Sampel .....	49
3.7.	Teknik Analisis.....	51
BAB IV .....		59
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		59
4.1.	Analisis Deskriptif.....	59
4.2.	Analisis Statistik.....	61
4.3.	Analisis Statistik.....	62
4.4	Uji Analisis Linear Berganda .....	68
4.5	Uji Hipotesis.....	70
1.	Uji Parsial (Uji t).....	70
2.	Uji Simultan (Uji f) .....	71
3.	Uji Determinasi $R^2$ .....	72
4.6	Pembahasan .....	73
BAB V.....		77
SIMPULAN .....		77
5.1.	Simpulan.....	77

5.2. Keterbatasan .....	78
5.3. Implikasi.....	78
5.3.1 Implikasi Praktis .....	78
5.3.2 Implikasi Teoritis .....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN.....	85





## DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Top 5 <i>Brand Body Lotion</i> Periode April-Juni 2022 .....	18
Tabel I-2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Body Lotion Scarlett Di Kabupaten Kebumen .....	18
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel II-1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Minat Beli .....	43
Tabel II-2 Indikator dan Distribusi Kuesioner <i>Brand Trust</i> .....	43
Table II-3 Indikator dan Distribusi Kuesioner <i>Brand Ambassador</i> .....	45
Tabel II-4 Indikator dan Distribusi Kuesioner <i>Brand Image</i> .....	46
Tabel III-1 Data Distribusi Kuesioner.....	60
Tabel III-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel III-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
Tabel III-5 Uji Validitas Variabel <i>Brand Trust</i> .....	63
Tabel III-6 Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	63
Tabel III-7 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	64
Tabel III-8 Uji Validitas Variabel Minat Beli .....	64
Tabel III-9 Uji Reliabilitas .....	65
Tabel III-10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	66
Tabel III-2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Sebelum LN.....	66
Tabel III-111 Hasil Uji Heteroskedastisitas Setelah LN .....	67
Tabel III-12 Uji Normalitas.....	68
Tabel III-13 Uji Analisis Linear Berganda.....	68
Tabel III-14 Hasil Uji Parsial(Uji t) .....	70
Tabel III-15 Hasil Uji F.....	72
Tabel III-16 Uji Determinasi.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Model Empiris .....40



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	85
Lampiran 2 Data Responden.....	88
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	91
Lampiran 4 Uji Validitas.....	96
Lampiran 5 Hasil Uji Realibilitas .....	98
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	99
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	100
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis .....	101
Lampiran 9 Tabel r.....	102
Lampiran 10 tabel f.....	104
Lampiran 11 Kartu Seminar.....	106
Lampiran 12 Kartu Bimbingan.....	107

