

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *brand ambassador*, dan *brand awareness* terhadap loyalitas konsumen produk Scarlett Whitening body lotion di Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat di Kebumen yang pernah menggunakan dan melakukan pembelian setelah mengenal produk Scarlett tidak pernah membeli produk lain selain scarlett dan atau lebih sering menggunakan scarlett daripada merek lain. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebar kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis statistik meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan program *SPSS 25 for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *brand image*, *brand ambassador*, dan *brand awareness* berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan variabel *brand image*, *brand ambassador*, dan *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : *brand image*, *brand ambassador*, dan *brand awareness* terhadap loyalitas konsumen



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image, brand ambassador, and brand awareness on consumer loyalty for Scarlett Whitening body lotion products in Kebumen. The population in this study were people in Kebumen who had used and made purchases after getting to know Scarlett products, never bought other products besides Scarlett and/or used Scarlett more often than other brands. Data collection was carried out by distributing questionnaires. This research uses a purposive sampling technique, this research took a sample of 100 respondents. This research uses descriptive analysis techniques and statistical analysis including validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression and hypothesis testing using the SPSS 25 for Windows program. The results of this research show that partially the variables brand image, brand ambassador, and brand awareness have a significant effect on consumer loyalty. Simultaneously, the variables brand image, brand ambassador, and brand awareness have a significant effect on consumer loyalty.

Keywords : *brand image, brand ambassador, and brand awareness on consumer loyalty*



HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:5)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ilmiah berupa skripsi yang merupakan hasil dari pembelajaran selama perkuliahan ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak M. Mahmudi dan Ibu Wahibah yang selalu menjadi penyemangat, memberikan dukungan baik moral maupun material, serta memberikan do'a setiap hari yang mendorong penulis untuk menyelesaikan tugas kahir skripsi hingga hari ini. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, semoga Allah selalu memberikan kesehatan kepada Bapak dan Ibu.
2. Adik terkasih, Aan dan Naufal, selalu memberikan semangat dan dukungan dengan cara mereka sendiri, meskipun terkadang melalui candaan. Tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah bentuk sebuah dukungan dan motivasi.
3. Sahabat dan teman-teman terdekat saya yang telah menemani dalam suka maupun duka. Terimakasih atas segala waktu, usaha dan dukungan yang telah diberikan.
4. Terimakasih untuk teman-teman Manajemen Reguler C angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku kuliah.
5. Terimakasih untuk diri sendiri, Sofi Azizah, karena telah mampu berusaha keras berjuang sampai sejauh ini tidak menyerah dan terus berusaha sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image*, *Brand Ambassador*, dan *Brand Awareness* Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Scarlett Whitening Body Lotion Di Kebumen”** dapat terselesaikan.

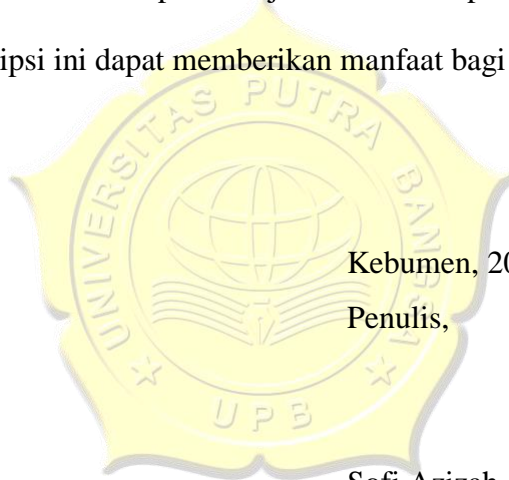
Skripsi ini disusun guna memenuhi satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literature dengan segenap kemampuan yang ada pada penulis.

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Muhammad Baehaqi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua saya tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam menyusun skripsi.

3. Bapak dan Ibu dosen beserta staff dan karyawan Universita Putra Bangsa Kebumen.
4. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
5. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen Reguler C.
6. Semua pihak yang telah membantu melancarkan penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak dalam membantu penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Terakhir penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.



Kebumen, 20 April 2024

Penulis,

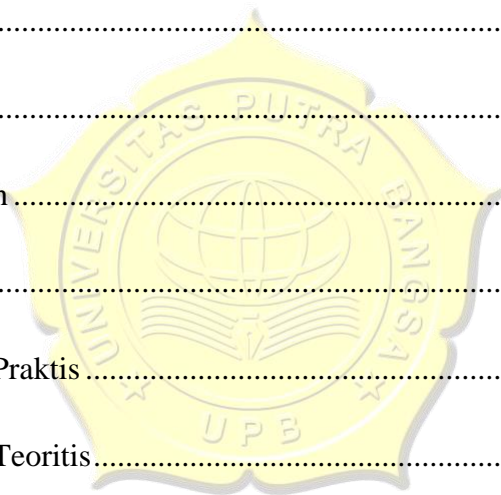
Sofi Azizah
NIM. 205504186

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12

BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Tinjauan Teori	14
2.1.1. Loyalitas Konsumen.....	12
2.1.2. <i>Brand Image</i>	17
2.1.3. <i>Brand Ambassador</i>	21
2.1.4. <i>Brand Awareness</i>	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	34
2.4. Model Empiris	37
2.5. Hipotesis	38
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	39
3.2. Variabel Penelitian	39
3.3. Definisi Operasional Variabel	40
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	44
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6. Populasi dan Sampel.....	48
3.7. Teknik Analisis.....	51

BAB IV	62
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1. Gambaran Umum	62
4.2. Analisis Deskriptif.....	62
4.3. Analisis Statistik.....	68
4.4. Pembahasan	82
BAB V.....	88
SIMPULAN	88
5.1. Simpulan.....	88
5.2. Keterbatasan.....	89
5.3. Implikasi.....	89
5.3.1. Implikasi Praktis.....	90
5.3.2. Implikasi Teoritis.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	96



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Hasil Observasi Pengguna Body Lotion Di Kebumen.....	3
Tabel I- 2 Variabel Loyalitas Konsumen Terhadap Produk Scarlett Whitening Body Lotion	5
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel III- 1 Distribusi Indikator Variabel Loyalitas Konsumen Pada Kuesioner	41
Tabel III- 2 Distribusi Indikator Variabel Brand Image Pada Kuesioner	42
Tabel III- 3 Distribusi Indikator Variabel Brand Ambassador Pada Kuesioner ..	43
Tabel III- 4 Distribusi Indikator Variabel Brand Awareness Pada Kuesioner.....	44
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	63
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	67
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image.....	69
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador.....	70
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Awareness	70
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	71
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel IV- 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser	73
Tabel IV- 13 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	75
Tabel IV- 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel IV- 15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	79
Tabel IV- 16 Hasil Uji Simultan (Uji F)	81
Tabel IV- 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	37
---------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Permohonan Pengisian Kuesioner	96
Lampiran 2 Data Responden.....	100
Lampiran 3 Data Tabulasi Kuesioner	105
Lampiran 4 Uji Validitas.....	109
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	112
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	113
Lampiran 7 Uji Regresi Linear Berganda	115
Lampiran 8 Uji Hipotesis	116
Lampiran 9 r Tabel.....	118
Lampiran 10 t Tabel.....	121
Lampiran 11 F Tabel.....	124
Lampiran 12 Kartu Konsultasi Skripsi.....	127
Lampiran 13 Kartu Seminar Proposal.....	128

