

ABSTRAK

CANTIKA KHOLIFIA. 021119382. Pengaruh Iklan dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan pembelian Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan). Dibawah bimbingan : NIZAM M ANDRIANTO dan ARIE WIBOWO IRAWAN. 2024.

Scarlett whitening adalah salah satu bisnis *brand* lokal kecantikan ternama di Indonesia yang dimiliki oleh seorang artis tanah air Bernama Felicya Angelista. Produk *skincare* bukan merupakan suatu produk asing, baik untuk kaum Perempuan dan kaum laki-laki. dengan adanya perkembangan teknologi yang dapat menginspirasi seseorang dalam menentukan penampilanya. Dan adanya hal tersebut tentu membuat produsen semakin berinovasi pada produk yang mereka buat sebab agar dapat merebut hati para konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian Asosiatif Kasual yang bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh iklan dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening di kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada 30 responden yang dipilih secara acak. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (iklan dan *brand ambassador*) dan variabel dependen (keputusan pembelian).

Hasil analisis menunjukkan bahwa iklan dan *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Implikasi dari temuan ini memberikan rekomendasi kepada pihak manajemen Scarlett Whitening untuk meningkatkan efektivitas iklan dan strategi penggunaan brand ambassador dalam meningkatkan penjualan produk di pasar yang ditargetkan.

Kata kunci: iklan, *brand ambassador*, keputusan pembelian.

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Universitas Pakuan.

Dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini, penulis telah banyak mendapat bantuan, dukungan, serta motivasi. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak H. Mu'tian (ALM) dan Ibu Hj. Sa'anah selaku orang tua penulis yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan serta doa yang tidak hentinya untuk penulis.
2. Bapak Prof. Dr. rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Tawaf Totok Irawan, SE., ME., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Bapak Prof. Dr. Yohanes Imdrayono, Ak., M.M., C.A. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Bapak Nizam M. Andrianto, SP., MM. selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah memberikan banyak saran, kritik, nasihat, bimbingan dan kemudahan bagi penulis.
6. Bapak Arie Wibowo Irawan, SP., MM. selaku Anggota Komisi Pembimbing, yang telah memberikan banyak saran, kritik, nasihat, bimbingan dan kemudahan bagi penulis.
7. Seluruh dosen dan civitas Akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang telah membantu dalam bidang akademik maupun proses akademik sampai penulis dapat menyelesaikan proposal ini.
8. Siti Haroh (ALM) Kakak tercinta penulis yang selalu memberikan semangat, perhatian, menghibur dan mendengarkan keluh kesah penulis.
9. Kakak-kakak kandung penulis yang selalu memberikan perhatian, semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Yahya Septian *support system* terbaik penulis yang telah menemani penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan proposal dengan memberikan dukungan, semangat dan senantiasa sabar menghadapi penulis.
11. Sahabatku Zakkiyah Al Fauziah yang telah membantu memberikan saran, semangat dan dukungannya.
12. Teman-temanku Nadia, Irma, Mawar, Wita, Rina yang telah membantu memberikan saran, semangat dan dukungannya.
13. Teman-teman manajemen kelas K angkatan 2019 yang atas waktu dan kebersamaan selama perkuliahan.