

## ABSTRAK

Scarlett Whitening merupakan produk kecantikan yang dapat mencerahkan kulit dengan *hero ingredients* yaitu Glutathione dan Vitamin E, didirikan pada tahun 2017 oleh PT. Opto Lumbung Sejahtera bersama Aktris Felicya Angelista sebagai tanggapan atas pertanyaan perawatan yang digunakan untuk merawat kulitnya. Berdasarkan penelitian pada Scarlett Whitening di Sosial Media Instagram, peneliti menemukan masalah mengenai minat beli yang belum optimal disebabkan karena penggunaan *Brand Ambassador* belum diterapkan dengan baik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Brand Ambassador* terhadap minat beli konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode survei yang bersifat deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian kepustakaan dan lapangan yang meliputi observasi non partisipan, wawancara terstruktur, dan angket yang disebarakan kepada 30 responden yaitu konsumen Scarlett Whitening. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linear Sederhana, Korelasi Rank Spearman, Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian ini, terdapat pengaruh yang kecil dari penggunaan *Brand Ambassador* terhadap minat beli konsumen Scarlett Whitening sedangkan sebagian besarnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian seperti kualitas produk dan promosi.

Saran yang dapat peneliti berikan kepada perusahaan dalam penelitian ini adalah perusahaan lebih meningkatkan penggunaan *Brand Ambassador* dengan cara bekerja sama dengan lebih banyak selebritas yang variatif sehingga bisa mewakili masing-masing konsumen untuk menarik perhatian dan sesuai target market.

**Kata Kunci:** *Brand Ambassador* dan Minat Beli

## **ABSTRACT**

*Scarlett Whitening is a beauty product that brightens the skin with hero ingredients, Glutathione and Vitamin E, which was founded in 2017 by PT. Opto Lumbung Sejahtera with Actress Felicya Angelista in response to a question about treatments used to treat her skin. Based on research on Scarlett Whitening at Instagram Social Media, researchers found problems regarding buying interest that was not optimal because the use of Brand Ambassadors had not been implemented properly.*

*The purpose of this research is to find out how much influence the Brand Ambassador has on consumer buying interest. The research method used is a quantitative research method with a survey method that is descriptive in nature, the data collection technique used is library and field research which includes non-participant observation, structured interviews, and questionnaires which were distributed to 30 respondents who are consumers of Scarlett Whitening. The data obtained were analyzed using data analysis techniques namely Validity Test, Reliability Test, Simple Linear Regression Analysis, Spearman Rank Correlation, Coefficient of Determination and Hypothesis Testing.*

*Based on the data obtained from the results of this study, there is a small influence from the use of Brand Ambassadors on the buying interest of Scarlett Whitening consumers, while most are influenced by other factors outside of research such as product quality and promotions.*

*The advice that researchers can give to companies in this study is that companies increase their use of Brand Ambassadors by working with more varied celebrities so that they can represent each consumer to attract attention and match the target market.*

**Keywords: Brand Ambassador and Buying Interest**

## RINGKESAN

Scarlett Whitening nyaéta produk kacantikan anu tiasa nyerahkeun kulit kalayan aya raracik Glutathione sareng Vitamin E, diadegkeun taun 2017 ku PT. Opto Lumbung Sejahtera sareng Aktris Felicya Angelista pikeun nanggapan patanyaan parawatan anu digunakeun. Dumasar panalungtikan Scarlett Whitening di Sosial Media Instagram, panalungtik manggihan masalah ngeunaan minat beuli anu teu optimal lantaran palaksanaan duta merek teu acan dilaksanakeun leres.

Tujuan tina ieu panalungtikan nyaéta pikeun mikanyaho sabaraha pangaruh duta merek kana minat beuli konsumen. Metode panalungtikan anu digunakeun nya éta metode panalungtikan kuantitatif kalayan metode déskriptif survéy, téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun nya éta studi pustaka jeung lapangan anu ngawengku observasi non partisipan, wawancara terstruktur, jeung angkét anu disebarkeun ka 30 réspondén, nyaéta konsumen Scarlett Whitening. Data anu dimeunangkeun dianalisis ngagunakeun téhnik analisis data nya éta Uji Validitas, Uji Réliabilitas, Analisis Regresi Linier Sederhana, Korélasi Rank Spearman, Koéfisien Determinasi, jeung Uji Hipotesis.

Dumasar data anu dimeunangkeun tina hasil panalungtikan, aya pangaruh leutik tina pamakéan duta merek kana minat beuli konsumen Scarlett Whitening, sedengkeun lolobana dipangaruhan ku faktor séjén di luar panalungtikan kayaning kualitas produk jeung promosi.

Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik ka pausahaan dina ieu panalungtikan nya éta pausahaan kudu ningkatkeun panggunaan duta merek ku cara kerjasama sareng selebriti anu leuwih variatif anu bisa ngawakilan unggal konsumen pikeun narik perhatian jeung cocog sareng target pasar.

**Kecap Konci: Duta Merek jeung Minat Beuli**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil pekerjaan penelitian saya sendiri. Adapun semua referensi/kutipan (baik kutipan langsung maupun kutipan tidak langsung) dari hasil karya ilmiah orang lain tiap-tiap satunya telah saya sebutkan sumbernya sesuai etika ilmiah. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti hasil meniru/plagiat dan terbukti mencantumkan kutipan karya orang lain tanpa menyebutkan sumbernya, saya bersedia menerima sanksi penangguhan gelar kesarjanaan dan menerima sanksi dari lembaga yang berwenang.

Bandung, 13 Juni 2023

Nada Putri Arinda

NPM 192040204

## MOTTO

“Allah SWT tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.” (QS. Al-Baqarah 2:286)

“Percayalah kepada dirimu sendiri, karena kamu telah melewati berbagai rintangan yang begitu berat. Hingga pada akhirnya kamu akan bisa menghadapi kembali berbagai rintangan yang akan datang di depanmu.”

*Ku persembahkan skripsi ini  
Untuk kedua orangtua ku  
Sebagai tanda baktiku kepadanya  
Atas segala kasih sayang, pengorbanan, dan jerih payahnya  
Yang telah diberikannya selama ini*

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

Nama Lengkap : Nada Putri Arinda

Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 27 Desember 2001

Agama : Islam

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Tirtawening no. 78 RT 05/RW 02 Cisurupan,  
Cibiru, Bandung 40614

No. HP : 081320313411

E-mail : [nadaputri78@gmail.com](mailto:nadaputri78@gmail.com)

### **II. IDENTITAS ORANG TUA**

Nama Ayah : Agus Darmawan

Pekerjaan Ayah : Wirausaha

Alamat : Tirtawening no. 78 RT 05/RW 02 Cisurupan,  
Cibiru, Bandung 40614

Nama Ibu : Rini Kartini

Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

Alamat : Tirtawening no. 78 RT 05/RW 02 Cisurupan,  
Cibiru, Bandung 40614

### **III. RIWAYAT PENDIDIKAN FORMAL**

- Tahun 2007 – 2013 : SDN Andir Kidul 2 Bandung
- Tahun 2013 – 2016 : SMPN 8 Bandung
- Tahun 2016 – 2019 : SMA Mutiara Bunda Bandung

### **IV. PENGALAMAN ORGANISASI**

1. Koperasi Mahasiswa Universitas Pasundan
  - a) Anggota 2019 – 2022
2. Karang Taruna RW 02 Tirtawening
  - a) Sie. Konsumsi di Rangkaian Acara 17 Agustus 2022
  - b) Sie. Kesenian Tahun Periode 2022 – 2025
3. Magang MBKM di Chlorine Digital Media
  - a) Tim Media 2 Agustus 2022 – 7 November 2022