



UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Harsono RM No. 67 Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan

Kampus II : Jl. Raya Perjuangan, Bekasi Utara Telp : 021. 88955882

Website: www.ubharajaya.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: SKET/099/II/2024/FEB-UBJ

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIP : 2206560
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menerangkan bahwa nama :

- Nama : Fitrah Nurul Aulia¹
NPM : 201910325424
Jabatan : Mahasiswa Prodi Manajemen
- Nama : Andrian, S.E., M.M.²
NIDN : 0321077102
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
- Nama : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M.³
NIDN : 0329017202
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen

Adalah benar sebagai Penulis pada JURNAL ECONOMINA dengan judul "PERAN BRAND AMBASSADOR (SONG JOONG KI) DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK KECANTIKAN SCARLETT WHITENING" telah terbit pada Volume 2, Nomor 9, e-ISSN: 2963-1181, September 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 17 Januari 2024



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.

NIP : 2206560

Tembusan:
- Arsip.

PERAN *BRAND AMBASSADOR* (SONG JOONG KI) DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK KECANTIKAN SCARLETT WHITENING

Fitrah Nurul Aulia¹, Andrian², Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo³

^{1,2,3}Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: fitrahmaulia28@gmail.com¹, andrian@dsn.ubhara.ac.id², franciscus@dsn.ubhara.ac.id³

Article History

Received : 23-08-2023

Revised : 30-08-2023

Accepted : 03-09-2023

ABSTRAK

Tujuan dari peneliti ini adalah untuk mengetahui pengaruh brand ambaasador (Song Joong Ki) dan celebrity endorser yang digunakan pada produk kecantikan Scarlett Whitening terhadap minat beli. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dalam mendapatkan sampel penulis menggunakan metode Purposive Sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 responden yang dimana fokus responden ini adalah konsumen produk kecantikan Scarlett Whitening. Pengajuan hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f) dengan bantuan program SPSS versi 22. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan terdapat variabel-variabel yang saling berpengaruh seperti pada penjelasan singkat berikut ini: 1). Pada variabel Brand Ambassador (X1) diketahui sig. sebesar $0,004 < 0,05$ dengan t hitung $2,929 > t$ tabel $1,976$ sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y). 2). Pada variabel Celebrity Endorser (X2) diketahui nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung $6,544 > t$ tabel $1,976$ sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y). 3). Pada variabel Brand Ambassador (X1) dan Celebrity Endorser (X2) diketahui nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai f hitung $195,227 > f$ tabel $3,06$ berdasarkan itu H1 dan H2 diterima yang berarti bahwa secara simultan Brand Ambassador (X1) dan Celebrity Endorser (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y).

Kata Kunci: *Brand Ambassador; Celebrity Endorser; Minat Beli*

Keywords: *Brand Ambassador; Celebrity Endorser; Purchase Intention*

ABSTRACT

The purpose of this researcher is to determine the influence of brand ambassadors (Song Joong Ki) and celebrity endorsers used in Scarlett Whitening beauty products on purchase intention. In this study using quantitative research methods and in obtaining samples the author used the Purposive Sampling method. The number of samples used in this study was as many as 150 respondents where the focus of these respondents was consumers of Scarlett Whitening beauty products. The submission of research hypotheses was carried out using partial tests (t tests) and simultaneous tests (f tests)