

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT
WHITENING PADA JOESHOP KUPANG TDM**

**USNILA BULU
21410125**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Guna Memenuhi Sebagian Dari
Persyaratan -Persyaratan Untuk Mencapai
Gelara Sarjana Manajemen**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA
KUPANG**

2025

PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT
WHITENING PADA JOESHOP KUPANG TDM

USNILA BULU
21410125



Mengetahui:

Dosen Pembimbing I

Maromi Merlin Mbate, SE., M.Sc
NUPTK: 1136754655230123

Dosen Pembimbing II

Jofret U. S. Peku Djawang, S.AB., MM
NUPTK: 2943767668130312

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



Hermyn B. Hina, SE., M.Si
NUPTK: 7857746647230152

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING
PADA JOESHOP KUPANG TDM**

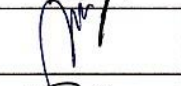


Disusun oleh:

USNILA BULU
21410125

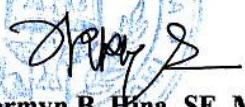
Telah dipertahankan didepan dewan penguji
Pada tanggal : 28 juli 2025

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji utama	Jusuf Aboladaka, SE.,M.Si	
Penguji anggota	Melvin K.Djami Rane, SE.,MM	
Penguji anggota/pembimbing I	Maromi Merlin Mbate, SE.,M.Sc	
Penguji anggota/pembimbing II	Jofret U.S Peku Djawang, S.AB.,MM	

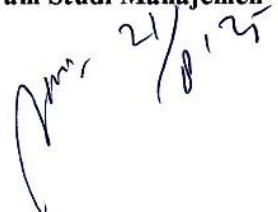
SKRIPSI INI TELAH DI TERIMA SEBAGAI SALAH SATU PERSYARATAN UNTUK
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN

Dekan Fakultas Ekonomi



Hermyn B. Hina, SE.,M.Si
NUPTK:7857746647230152

Ketua Program Studi Manajemen



Maromi Merlin Mbate, SE., M.Sc
NUPTK: 1136754655230123



UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. Adisucipto, PO. Box. 147, Oesapa, Kupang, NTT-Indonesia, 85228
(0380) 881667, (0380) 881677,
ukawfe25@gmail.com, http://ukaw.ac.id

SURAT PERNYATAAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Usnila Bulu
NIM : 21410125
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul "**Pengaruh Brand Ambassador, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Joeshop Kupang TDM.**" yang diusulkan dalam skema penelitian Skripsi untuk Tahun Akademik 2024/2025 bersifat Original dan belum pernah diteliti oleh peneliti lain/peneliti sebelumnya.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Mengetahui
Dekan,



Hermyn B. Hina, SE., M.Si
NUPTK. 7857746647230152

Kupang, 7 Agustus 2025
Yang Menyatakan
Mahasiswa



Usnila Bulu
NIM. 21410125



UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA KUPANG
FAKULTAS EKONOMI
Jln. AdisuciptoTelp (0380) 881313 Oesapa – Kupang

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin, tanggal 28 Juli 2025 telah dilaksanakan Ujian Skripsi tingkat Sarjana (S1) atas nama:

Nama : Usnila Bulu
TTL : Gobala Wee, 26 November 2002
NIM : 21410125
Jurusan/Progdi : Manajemen
Judul : Pengaruh Brand Ambassador, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Joeshop Kupang TDM
Pembimbing I : Maromi M. Mbate, SE., M.Sc
Pembimbing II : Jofret Uumbu Soru Peku Djawang, S.AB., MM
Dengan hasil sebagai berikut:

Nama Penguji	Status Penguji	Nilai Awal	Bobot	Nilai Akhir
Jusuf Aboladaka, SE., M.Si	Utama	80	X 40%	32
Melvin K. Djami Rane, SE., MM	Anggota	80	X 20%	16
Maromi M. Mbate, SE., M.Sc	Anggota	83	X 20%	16,6
Jofret Uumbu Soru Peku Djawang, S.AB., MM	Anggota	83	X 20%	16,6
Total Nilai Yang Diperoleh: 81,2				
Nilai Aksara: A (Sangat Memuaskan)				

Kupang, 28 Juli 2025

Dekan Fakultas Ekonomi – UKAW



Hermyn B. Hina, SE., M.Si
NUPTK. 7857746647230152

MOTTO

*KARENA ITU AKU BERKATA KEPADA MU: APA SAJA YANG KAMU MINTA
DAN DOAKAN, PERCAYALAH BAHWA KAMU TELAH MENERIMANYA, MAKA
HAL ITU AKAN DIBERIKAN KEPADAMU.*

MARKUS 11:24

PERSEMBAHAN

Segala pujian dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesusku yang luar biasa yang selalu menolong dan menuntun saya dalam setiap proses selama mengerjakan skripsi ini, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
2. Untuk kedua orang tua saya yang tercinta, Bapa Soleman Bulu dan Ibu Margaretha Delo, yang sudah memberikan kepercayaan yang luar biasa untuk penulis, terimakasih untuk setiap doa, kata-kata motivasi dan keringat yang tidak pernah berkesudahan untuk penulis.
3. Untuk saudara tercinta, kakak Surensy Bulu S.Pd, kakak Jemima D.H.U Kaleka S.Pt, adik Grano Imanuel Bulu dan adik terkasih alm, Grandy Christiano Dadi Mesa, terimakasih banyak untuk setiap dukungan dan doanya untuk penulis selama ini.
4. Untuk tante saya yang terkasih Yuliana Bulu, penulis ucapkan terimakasih untuk setiap bantuan doa dan dukungan yang tidak pernah berkesudahan.
5. Ibu Maromi Merlin Mbate, SE.,M.Sc selaku dosen pembimbing I, yang sudah berkenan membimbing penulis dan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.

6. Pak Jofret U.S. Peku Djawang, S.AB.,MM selaku pembimbing II yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun penulisan skripsi dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
7. Untuk sepupu saya kakak Iwan, kakak Efry, Derty Ina, Ari dan Yuyun, terimakasih untuk setiap bantuannya selama ini.
8. Untuk teman-teman saya, Avril Moe, Vebry Sa,u, Sofia Yulianti dan alm. Degan Hayon, terimakasih karena sudah berjuang bersama-sama selama ini, terimakasih karena sudah selalu membantu penulis dengan caranya masing-masing.
9. Teman- teman seperjuangan kelas D Manajemen angkatan 2021 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu membantu penulis dengan caranya masing-masing, kiranya budi baik yang telah diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini mendapatkan berkat dari Tuhan Yang Maha Esa.
10. Untuk almamater tercinta Progran Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Artha Wacana
11. Untuk pihak Joeshop Kupang TDM yang telah mengijinkan serta memberikan dukungan dan bantuan selama proses penelitian ini berlangsung.

Kupang, juli 2025

Penulis

Usnila Bulu

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan petunjuknya dalam menyelesaikan penulisan skripsi berjudul **“Pengaruh *Brand Ambassador*, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Joeshop Kupang TDM**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.

Penulis menyadari bahwa dalam mencapai suatu tujuan tidak terlepas dari tantangan dan hambatan. Menyadari keterbatasan penulis, maka pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Godlief F. Neonufa, MT selaku Rektor Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.
2. Ibu Hermyn B. Hina, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Bapak Drs. Robert Alex Serang, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi
4. Ibu Maromi Merlin Mbate, SE., M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen sekaligus pembimbing I yang berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.

5. Pak Jofret U.S. Peku Djawang, S.AB., MM selaku pembimbing II yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun penulisan skripsi dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Bapak/Ibu dosen program studi manajemen yang telah memberikan ilmu dan motivasi untuk penulis.
7. Seluruh staf tata usaha Fakultas Ekonomi yang membantu dalam pengurusan berkas dan surat-surat yang diperlukan.
8. Untuk almamater tercinta Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.

DAFTAR ISI

Cover	
PENGESAHAN SKRIPSI	i
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Persoalan Penelitian	9
1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	13
2.2 <i>Brand Ambassador</i>	13
2.2.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	13
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Ambassador	14
2.2.3 Indikator Brand Ambassador	15
2.3 Promosi	16
2.3.1 Pengertian Promosi	16
2.3.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	17

2.3.3	Indikator Promosi.....	19
2.4	Kualitas Produk.....	20
2.4.1	Pengertian Kualitas Produk.....	20
2.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	21
2.4.3	Indikator Kualitas Produk	25
2.5	Konsep Penelitian.....	26
2.5.1	Definisi Konsep.....	26
2.6	Hipotesis Dan Kerangka Dasar Pemikiran.....	26
2.6.1	Hipotesis.....	26
2.6.2	Kerangka Dasar Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Populasi dan Sampel	31
3.1.1	Populasi	31
3.1.2	Sampel.....	31
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3	Indikator Empirik Dan Skala Pengukuran Konsep	33
3.4	Teknik Analisis Data.....	35
3.4.1	Analisis Pendahuluan.....	35
3.4.2	Analisis Lanjutan	36
BAB VI ANALISIS DAN BAHASAN HASIL PENELITIAN.....		39
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1.	Kosumen scarlett Whtitening Joeshop Kupang TDM	39
4.1.2.	Jenis-Jenis Produk Scarlett Whitening.....	39
4.1.3.	Karakteristik Responden	48
4.1.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	49
4.1.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2	Analisis pendahuluan	51

4.2.1	Keputusan Pembelian.....	52
4.2.2	<i>Brand Ambassador</i>	54
4.2.3	Promosi	56
4.2.4	Kualitas Produk.....	58
4.3	Analisis Lanjutan	60
4.4	Pengujian Hipotesis.....	62
4.4.1	Hasil Uji t.....	62
4.4.1.1	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.4.1.2	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.4.1.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.4.2	Hasil Uji F	63
4.4.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	64
4.5	Bahasan Hasil Analisis.....	65
4.5.1	Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Joeshop Kupang TDM	65
4.5.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Joeshop Kupang TDM	66
4.5.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Joeshop Kupang TDM	68
BAB V	PENUTUP.....	70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Implikasi.....	70
5.2.1	Implikasi Teoritis	70
5.2.2	Implikasi Terapan.....	74
DAFTAR PUSTAKA		75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Produk Scarlett Whitening Pada Joeshop Kupang TDM Tahun 2024.....	3
Tabel 3. 1 Indikator Empirik dan Skala Pengukuran Konsep	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	53
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Terhadap Variabel (X1).....	55
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Terhadap Variabel (X2).....	57
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Terhadap Variabel (X3).....	59
Tabel 4. 8 Hasil Koefisien Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Anova.....	63
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Shower Scrub Scarlett Whitening	40
Gambar 4.2 Body Scrub Scarlett Whitening	41
Gambar 4.3 Body Lotion Scarlett Whitening.....	42
Gambar 4.4 Body Serum scarlett Whitening	43
Gambar 4.5 Body Cream Scarlett Whitening	44
Gambar 4.6 Facial Cream Scarlett Whitening	45
Gambar 4.7 Facial Wash Scarlett Whitening	45
Gambar 4.8 Facial Essence Tonerscarlett Whitening.....	46
Gambar 4.9 Facial Serum scarlett Whitening	47
Gambar 4.10 Facial Mask scarlett Whitening.....	47
Gambar 4.11 Suncream scarlett Whitening.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	81
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	87
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS.....	88
Lampiran 4 Surat Pra Penelitian	90
Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian	91
lampiran 6 Surat Selesai Penelitian.....	92