

**PENGARUH SONG JOONG KI SEBAGAI BRAND
AMBASSADOR SCARLET WHITENING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN REMAJA DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
guna memenuhi salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Komunikasi



Lucky Febrianty
22.M1.0141

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2023**

**PENGARUH SONG JOONG KI SEBAGAI BRAND
AMBASSADOR SCARLET WHITENING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN REMAJA DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
guna memenuhi salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Komunikasi



**Lucky Febrianty
22.M1.0141**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2023**

ABSTRACT

Song Joong Ki Influence as Scarlett Whitening Brand Ambassador on Teenagers Purchasing Decisions in Semarang City

Korean culture has influenced Indonesia, which changed the direction of entertainment in Indonesia from Hollywood America to Korea. Based on the 2020 Zap Beauty Index survey results, beauty products (skincare) from this South Korean company are in great demand by the general public, especially teenagers. With the high Korean Culture in Indonesia, Scarlett Whitening is interested in taking a big step by choosing a brand ambassador from South Korea. In 2022, Scarlett Whitening was ranked as one of the best local skincare brands in e-commerce with total sales of 23.8 billion. In this study, the author will further test whether there is an influence of brand ambassadors on purchasing decisions. In this research process, the author uses quantitative research methods to research people who live in Semarang City. The sample used in this study was 100 respondents with certain criteria, namely adolescents. Data were collected through questionnaires and data analysis techniques in this study using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software. Based on the results of the tests conducted, it was found that this study showed a significant influence between brand ambassadors on purchasing decisions.

Keyword : *Product, Skincare, Brand Ambassador, Purchase Decisions*

ABSTRAK

Pengaruh Song Joong Ki Sebagai *Brand Ambassador* Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembelian Remaja di Kota Semarang

Budaya Korea telah mempengaruhi Indonesia, yang mengubah arah hiburan di Indonesia dari Hollywood Amerika menjadi negara Korea. Berdasarkan hasil survey Zap Beauty Index 2020, Produk kecantikan (*skincare*) dari perusahaan asal korea selatan ini banyak diminati oleh masyarakat umum, khususnya remaja. Dengan tingginya Budaya Korea di Indonesia membuat Scarlett Whitening tertarik untuk mengambil Langkah besar dengan memilih brand ambassador dari Korea Selatan. Pada tahun 2022 Scarlett Whitening menduduki peringkat satu *brand skincare* lokal terbaik di e-commerce dengan total penjualan sebesar 23,8 miliar. Pada penelitian ini, penulis akan menguji lebih lanjut apakah ada pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian. Dalam proses penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan objek penelitian masyarakat yang bertempat tinggal di Kota Semarang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden dengan kriteria tertentu, yaitu remaja. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS (Statistical Package for the Social Sciens)*. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Produk, Perawatan Kulit, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian