

# **PENGARUH PENGGUNAAN AKTOR SONG JOONG KI SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING**

**(Suatu Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas  
Galuh Ciamis)**

Ratna Tria Komala<sup>1</sup>, M. Aziz Basari<sup>2</sup>, Iwan Setiawan<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis  
[ratnatriatnakomala@gmail.com](mailto:ratnatriatnakomala@gmail.com)

## **ABSTRAK**

*Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1] Bagaimana Penggunaan Aktor Song Joong Ki sebagai brand ambassador pada produk Scarlett Whitening?; 2] Bagaimana minat beli konsumen pada Produk Scarlett Whitening?; 3] Bagaimana pengaruh penggunaan Aktor Song Joong Ki sebagai brand ambassador terhadap minat beli produk Scarlett Whitening?. Adapun tujuannya yaitu : 1] mengetahui dan menganalisis Penggunaan Aktor Song Joong Ki sebagai brand ambassador pada produk Scarlett Whitening; 2] mengetahui dan menganalisis minat beli konsumen pada Produk Scarlett Whitening; 3] mengetahui dan menganalisis penggunaan Aktor Song Joong Ki sebagai brand ambassador terhadap minat beli produk Scarlett Whitening. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu simple random sampling. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis koefisien korelasi, determinasi, regresi sederhana dan uji t. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa penggunaan Aktor Song Joong Ki sebagai brand ambassador dalam kategori baik, minat beli produk Scarlett Whitening dalam kategori baik. penggunaan Aktor Song Joong Ki sebagai brand ambassador berpengaruh 68,89% terhadap minat beli produk Scarlett Whitening. Maka sebaiknya perusahaan mampu memperetahankan dan lebih meningkatkan promosinya seperti membuat iklan yang memiliki keunikan tersendiri.*

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