

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* EXO TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK KECANTIKAN *SCARLETT WHITENING* PADA KOMUNITAS  
EXO-L DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Departemen Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas



Oleh:

**IZNI MUTIA**  
**1910863010**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2024**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* EXO TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
KECANTIKAN *SCARLETT WHITENING* PADA KOMUNITAS EXO-L DI KOTA  
PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Departemen Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas

Oleh:

**IZNI MUTIA**  
**1910863010**

**PEMBIMBING:**

**Yayuk Lestari, S.Sos, M.A**

**Novi Elian, S.P., M.Si**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2024**

## ABSTRAK

### PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* EXO TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN *SCARLETT WHITENING* PADA KOMUNITAS EXO-L DI KOTA PADANG

Oleh :

Izni Mutia

1910863010

Pembimbing:

Yayuk Lestari, S.Sos, M.A

Novi Elian, S.P., M.Si

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli produk *scarlett whitening* pada fandom EXO-L di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian eksplanatori dengan menyebarkan kuesioner kepada 108 orang responden pada fandom EXO-L Padang. Model VisCap (*Visibility, Credibility, Attraction, Power*) oleh Rossiter dan Percy digunakan pada penelitian ini. Setiap indikator variabel *brand ambassador* dan minat beli didapatkan nilai didominasi pada kategori sangat tinggi. Uji yang digunakan untuk menganalisis data hasil responden pada penelitian ini adalah uji regresi linear sederhana dengan hasil yang didapatkan menggunakan aplikasi SPSS yaitu EXO memiliki pengaruh terhadap minat beli EXO-L Padang dengan besaran pengaruh nilai yang diperoleh 29,7% yang berarti variabel bebas *brand ambassador* memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel *brand ambassador*. Hasil pengujian uji regresi linear sederhana menunjukkan adanya pengaruh *brand ambassador* EXO terhadap minat beli konsumen EXO-L pada produk *Scarlett Whitening* di Kota Padang.

**Kata Kunci:** *Brand Ambassador*, EXO, EXO-L, Minat Beli, *Scarlett Whitening*

