

**PENGARUH *BRAND PARTNERSHIP* DAN *ENDORSEMENT*  
TERHADAP *BRAND AWARENESS MAKE UP*  
*ARTIST* DI KARAWANG**

***THE EFFECT OF BRAND PARTNERSHIP AND  
ENDORSEMENT ON BRAND AWARENESS  
OF MAKE UP ARTISTS IN KARAWANG***

Oleh  
**GISTIANI INTAN NURSYAFITRI**  
**61201022009290**

**SKRIPSI**



**JURUSAN MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK  
2026**

**PENGARUH *BRAND PARTNERSHIP* DAN *ENDORSEMENT*  
TERHADAP *BRAND AWARENESS MAKE UP*  
*ARTIST* DI KARAWANG**

***THE EFFECT OF BRAND PARTNERSHIP AND  
ENDORSEMENT ON BRAND AWARENESS  
OF MAKE UP ARTISTS IN KARAWANG***

Oleh  
**GISTIANI INTAN NURSYAFITRI**  
**61201022009290**

**SKRIPSI**



**JURUSAN MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK  
2026**

**PENGARUH *BRAND PARTNERSHIP* DAN *ENDORSEMENT*  
TERHADAP *BRAND AWARENESS MAKE UP*  
*ARTIST* DI KARAWANG**

***THE EFFECT OF BRAND PARTNERSHIP AND  
ENDORSEMENT ON BRAND AWARENESS  
OF MAKE UP ARTISTS IN KARAWANG***

Oleh  
GISTIANI INTAN NURSYAFITRI  
61201022009290

Skripsi

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok  
Tanggal : 06 Juli 2026

**Dosen Pembimbing**

**Ketua Jurusan**

Dr. Eko Yuliawan., SE., M. Si  
NUPTK: 9035764665130303

Drs. Henky Hendrawan., MM., M.Si.  
NUPTK: 7048743644130093

Mengetahui,  
**Ketua**  
**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI**

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S  
NIDN: 2017065701

**PENGARUH *BRAND PARTNERSHIP* DAN *ENDORSEMENT*  
TERHADAP *BRAND AWARENESS MAKE UP*  
*ARTIST* DI KARAWANG**

***THE EFFECT OF BRAND PARTNERSHIP AND  
ENDORSEMENT ON BRAND AWARENESS  
OF MAKE UP ARTISTS IN KARAWANG***

Oleh  
GISTIANI INTAN NURSYAFITRI  
61201022009290

Skripsi

Telah diujikan Pada:  
Tempat : Depok  
Tanggal : 06 Juli 2026

**Ketua Penguji**

**Anggota Penguji**

Drs. Henky Hendrawan., MM., M.Si.  
NUPTK : 7048743644130093

Judianto Tjahjo Nugroho., ST., MM  
NUPTK : 7438749650130113

Mengetahui,  
**Ketua Jurusan Manajemen**

Drs. Henky Hendrawan., MM., M.Si.  
NUPTK : 7048743644130093

## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : GISTIANI INTAN NURSYAFITRI

N I M : 61201022009290

Judul Skripsi : PENGARUH BRAND PARTNERSHIP DAN  
ENDORSEMENT TERHADAP BRAND AWARENESS MAKE UP ARTIST DI  
KARAWANG

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil Penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
  - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
  - b. Pencabutan ijasah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 20 Maret 2026

GISTIANI INTAN NURSYAFITRI

## **PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (AI)**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : GISTIANI INTAN NURSYAFITRI

N I M : 61201022009290

Judul Skripsi : PENGARUH BRAND PARTNERSHIP DAN  
ENDORSEMENT TERHADAP BRAND AWARENESS MAKE UP ARTIST DI  
KARAWANG

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Dalam penulisan hasil karya ilmiah saya, saya dibantu dengan menggunakan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence / AI).
2. Aplikasi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence / AI) yang saya pergunakan adalah ChatGPT
3. Dalam penulisan karya ilmiah ini, saya TIDAK menerapkan SALIN-TEMPEL (copy paste) hasil Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence / AI) kedalam tulisan saya.
4. Seluruh isi, analisa, argumen, data dan kesimpulan yang terdapat dalam karya ilmiah saya, merupakan hasil pemahaman, kajian, dan tanggung jawab penulis secara penuh. Tidak ada bagian dari penulisan ini yang dihasilkan sepenuhnya oleh Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence / AI) tanpa pengawasan, pemrosesan, atau evaluasi ulang oleh penulis.
5. Apabila dikemudian hari, terdapat pelanggaran terhadap prinsip etika akademik, termasuk penggunaan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence / AI) secara tidak tepat yang merupakan bentuk ketidakjujuran ilmiah, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 20 Maret 2026

GISTIANI INTAN NURSYAFITRI

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, penulis panjatkan karena Berkat, Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat dan salam semoga terlimpah curahkan kepada junjungan nabi Muhammad SAW semoga kita semua mendapat syafaatnya kelak di hari pembalasan.

Penelitian dengan judul PENGARUH BRAND PARTNERSHIP DAN ENDORSEMENT TERHADAP BRAND AWARENESS MAKE UP ARTIST DI KARAWANG disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Dalam proses penulisan penelitian ini, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Mildy Rifai., S.E. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid., M.S. selaku Ketua Yayasan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Bapak Dr. Eko Yuliawan, SE, M.Si. selaku Wakil Ketua I serta Dosen Pembimbing yang selalu meluangkan waktu untuk diskusi dan membimbing.
4. Bapak Drs. Henky Hendrawan, S.Pd, MM, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE GICI yang terus berusaha untuk memajukan prodi hingga kini telah mendapat akreditasi B.
5. Orang tua kandung saya, beserta Suami dan anak saya yang selalu mensupport saya sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan penulisan ini dengan baik.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis.
7. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani dan membantu dengan sepenuh hati.
8. Rekan-rekan Angkatan 2022 yang telah bersama-sama berjuang menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan sepenuh hati.
9. Serta semua sahabat terbaik yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran serta kritik yang membangun dari seluruh pembaca semuanya. Saya berharap, di masa yang akan mendatang

nanti tulisan ini akan berguna dan bermanfaat. Akhir kata saya ucapkan secara mendalam terimakasih.

Penulis,

GISTIANI INTAN NURSYAFITRI

## DAFTAR ISI

|                                                                   |      |
|-------------------------------------------------------------------|------|
| JUDUL LUAR.....                                                   | i    |
| JUDUL DALAM .....                                                 | ii   |
| LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL .....                                  | iii  |
| LEMBAR PENGUJIAN PROPOSAL .....                                   | iv   |
| LEMBAR SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....                            | v    |
| LEMBAR SURAT PERNYATAAN PENGGUNAAN<br>KECERDASAN BUATAN (AI)..... | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                                              | vii  |
| DAFTAR ISI .....                                                  | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                                                | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                               | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                              | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                           | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                           | 1    |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                                    | 3    |
| 1.3 Batasan Masalah .....                                         | 4    |
| 1.4 Rumusan Masalah .....                                         | 5    |
| 1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....                             | 6    |
| 1.5.1.Maksud Penelitian .....                                     | 6    |
| 1.5.2.Tujuan Penelitian.....                                      | 6    |
| 1.6 Sistematika Penulisan.....                                    | 6    |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA.....                                        | 8    |
| 2.1 Manajemen Pemasaran.....                                      | 8    |
| 2.2 Pengertian <i>Brand Partnership</i> .....                     | 9    |
| 2.2.1 Indikator <i>Brand Partnership</i> .....                    | 10   |
| 2.3 Pengertian <i>Endorsement</i> .....                           | 11   |
| 2.3.1 Indikator <i>Endorsement</i> .....                          | 12   |
| 2.4 Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....                       | 13   |
| 2.4.1 Indikator <i>Brand Awareness</i> .....                      | 14   |
| 2.5 Penelitian Terdahulu .....                                    | 16   |
| 2.6 Kerangka Pemikiran.....                                       | 21   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                                   | 24   |
| 3.1 Desain dan Jenis Penelitian .....                             | 24   |
| 3.2 Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian .....                     | 24   |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....                         | 25   |
| 3.3.1 Jenis Data.....                                             | 26   |
| 3.3.2 Sumber Data .....                                           | 27   |
| 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....                           | 27   |
| 3.4.1 Populasi.....                                               | 27   |

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 3.4.2 Sampel .....                           | 28 |
| 3.4.3 Teknik Sampling .....                  | 29 |
| 3.5 Operasi Variabel .....                   | 30 |
| 3.5.1 Variabel Independen X .....            | 30 |
| 3.5.2 Variabel Dependen (Y).....             | 31 |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data .....            | 32 |
| 3.7 Metode Analisis Data .....               | 33 |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif .....              | 33 |
| 3.7.2 Uji Instrumen Penelitian.....          | 34 |
| 3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....                | 34 |
| 3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 35 |
| 3.8 Pengujian Hipotesis.....                 | 39 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                         | 41 |

## **DAFTAR TABEL**

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....         | 18 |
| Tabel 3.1 Jadwal Penelitian .....           | 25 |
| Tabel 3.2 Defisini Operasiona Variabel..... | 31 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran ..... | 22 |
|-------------------------------------|----|

## DAFTAR LAMPIRAN

|                        |    |
|------------------------|----|
| Kuesioner .....        | 40 |
| Kartu Bimbingan .....  | 50 |
| Cek Plagiatrisme ..... | 51 |
| CV .....               | 52 |