

**Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Indomie Goreng di Kecamatan Kertapati Kota Palembang**

SKRIPSI

USMANTO

13.151.007



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG**

2017

**Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Indomie Goreng di Kecamatan Kertapati Kota Palembang**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

USMANTO

13.151.007



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG**

2017

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

**Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Indomie Goreng di Kecamatan Kertapati Kota Palembang**

**USMANTO
13.151.007**

**Telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen**

Disetujui,

Palembang, Februari 2017
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen
Universitas Bina Darma Palembang
Dekan

Pembimbing I



(Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc. Ph.D)



(Dr. Emi Suwarni, S.E., M.Si)

Pembimbing II



(Irwan septayuda, S.E., M.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI ini berjudul “**Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie Goreng di Kecamatan Kertapati Kota Palembang**”, telah dipertahankan didepan komisi penguji pada Hari Selasa tanggal 14 Februari 2017 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Komisi Penguji

- | | | |
|---------------------------------------|-------------------|---------|
| 1. Rabin Ibnu Zainal S.E., M.Sc, Ph,D | Ketua | (.....) |
| 2. Irwan Septayuda S.E., M.Si | Sekretis | (.....) |
| 3. Wiwin Agustian, S.E., M.Si | Anggota Penguji 1 | (.....) |
| 4. Dina Melita, S.E, M.Ec. | Anggota Penguji 2 | (.....) |

Palembang, Februari 2017

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bina Darma
Ketua Program Studi manajemen



(Heriyanto, S.E., M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Usmanto

Nim : 13.151.007

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (sarjana) di Universitas Bina Darma atau di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan tim pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukannya ke dalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan dicek keasliannya menggunakan plagiat checker serta diunggah ke internet, sehingga dapat diakses publik secara langsung.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Palembang, Februari 2017

Penulis,



Usmanto

NIM: 13151007

ABSTRAK

Usmanto (13 151 007) “Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie Goreng di Kota Palembang” Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma Palembang, Pembimbing 1 Bapak Rabin Ibnu Zainal, SE, MSc,Ph.D dan Pembimbing 2 Bapak Irwan Septayuda, SE, M.si. Permasalahan yang dibahas adalah apakah pengaruh dari penggunaan brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk indomie goreng di Kota Palembang. Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah *brand ambassador* dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk indomie goreng. Dan untuk mengetahui dampak dari *brand ambassador* dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kecamatan Kertapati Kota Palembang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Hasil Penelitian diperoleh persamaan regresi linier sederhana $Y = 0,221 + 0,958 X$. Dari persamaan Regresi Sederhana bahwa konstantanya sebesar 0,221 artinya nilai tersebut menunjukkan bahwa Brand Ambassador atau $X = 0,958$. Besarnya kontribusi dapat di lihat dari nilai koefisien determinasi sebesar 0,255 dimana analisis hitung $1 - 0,255 = 0,745$. Artinya nilai koefisien determinasi sebesar 0,745 atau 74,5% yang berarti bahwa Brand Ambassador berpengaruh sebesar 25,5% terhadap Keputusan Pembelian dan sisanya 74,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : Brand Ambassador dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Usmanto (13,151,007) "Brand Ambassador Against Influence Purchase Decision Product Indomie Goreng in Palembang" Faculty of Economics Universitas Bina Darma Palembang, Advisor 1 Mr. Rabin Ibn Zainal, SE, MSc, Ph.D and Mr. Irwan Septayuda Supervisor 2, SE , M.Sc. The problems discussed is whether the effect of the use of brand ambassadors on product purchasing decisions Indomie fried in Palembang. The aim of research to determine whether the brand ambassador can influence purchasing decisions fried instant noodle products. And to determine the impact of brand ambassador in influencing purchasing decisions. The population in this study is a community in the district Kertapati Palembang. The sample in this study amounted to 100 people. Results obtained by simple linear regression equation $Y = 0.221 + 0.958 X$. From simple regression equation of 0.221 means that the constant value indicates that the Brand Ambassador or $X = 0.958$. The amount of the contribution can be seen from the coefficient of determination of 0.255 where the analysis count from 1 to $0.255 = 0.745$. This means that the value of determination coefficient of 0.745, or 74.5%, which shall mean that the Brand Ambassador affects 25.5% of the buying decision and the remaining 74.5% is influenced by other variables outside the research.

Keyword : Brand Ambassador and buying decision

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Berangkat dengan penuh keyakinan, berjalan dengan penuh keikhlasan, istiqomah dalam menghadapi cobaan, jadilah seperti karang yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanyalah sekali”.

“ Sesungguhnya hambatan adalah kondisi yang harus ada bagi kehidupan manusia untuk menuju kesuksesan ”

Kupersembahkan Kepada :

- ❖ **Ayah dan Ibu Tercinta**
- ❖ **Adik - Adikku tersayang**
- ❖ **Sahabat – sahabat Setia**
- ❖ **Dosen dan Staf Pengajar**
- ❖ **Teman – teman seperjuangan**
- ❖ **Teman Hidupku**
- ❖ **Himpunan Mahasiswa
Manajemen (HMM)**
- ❖ **Crew Jew**
- ❖ **Sopan Santun Fc**
- ❖ **Almamater kebanggaan**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Usmanto
Jenis Kelamin : 13.151.007
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 25 Januari 1994
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jl. Wahid Hasyim,Lr ; Perbatasan. Rt 31 Rw 06,
Kel.5 Ulu, Kec. Sebrang Ulu I, Kota Palembang.

Nomor Telepon/HP : 0812-4242-6292

Alamat Email : mantox25@gmail.com

Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar (2000-2006) : SD Negeri 82 Palembang

SMP (2006-2009) : SMP YP Nurfauzan

SMA (2009-2013) : SMK YP Gajah Mada Palembang

Perguruan Tinggi (2013-2017) : S1 Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis di Universitas Bina
Darma Palembang.

Pendidikan Non Formal :

- Ketua Umum Organisasi Himpunan Mahasiswa Manajemen (HMM) di Universitas BinaDarma Palembang (2014 - 2015)
- Seminar Career Coaching di Universitas Binadarma (2016)
- Panitia Kunjungan Industri ke PT. Sinar Sosro Cabang Palembang (2015)
- Peserta Table Manner Training di Sintesa Penisula Hotel, Palembang (2015)

KATA PENGANTAR

Assalamualikum, Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie Goreng di Kecamatan Kertapati Kota Palembang”. Dalam penulisan Skripsi ini penulis telah banyak menerima saran dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu penulis sehingga terselesaikan Skripsi ini khususnya kepada :

1. Prof. Ir. H. Buchori Rahman, M.Sc. selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Dr. Emi Suwarni, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma Palembang.
3. Heriyanto,S.E.,M.Si.selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma Palembang.
4. Rabin Ibnu Zainal S.E.,M.Sc.Ph,D selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
5. Irwan Septayuda ,S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
6. Dosen beserta Semua Staf Universitas Bina Darma Palembang, terimakasih atas bantuannya selama ini.

7. Pimpinan beserta pegawai perpustakaan, yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian.
8. Orang Tua, dan adik – adikku, tercinta yang selama ini selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungannya.
9. Seluruh teman dan sahabat – sahabatku yang selalu menemani dari awal memasuki perkuliahan semester satu sampai saat ini memberikan dorongan dan masukan serta bantuan baik moril maupun materil yang tak ternilai harganya.

Palembang, Februari 2017

Penulis

Usmanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Brand	7
2.1.2 Brand Value	8

2.1.3 Brand Ambassador	8
2.1.4 Tujuan Penggunaan Merek	8
2.1.5 Indikator Brand Ambassador	9
2.2 Keputusan Pembelian	9
2.2.1 Proses Keputusan Pembelian	10
2.2.2 Peran Dalam Pembelian	11
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian	12
2.3 Penelitian Terdahulu	13
2.4 Kerangka Berpikir	14
2.5 Hipotesis	16

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Objek Penelitian	17
3.2 Variabel Penelitian	17
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	18
3.4 Metode Pengumpulan Data	19
3.5 Populasi dan Sampel	21
3.5.1 Populasi	21
3.5.2 Sampel	22
3.6 Metode Analisis Data	23
3.7 Teknik Uji Instrumen	24
3.7.1 Uji Validitas	24
3.7.2 Uji Realibilitas	25
3.8 Teknik Analisis Data	25
3.8.1 Regresi Linier Sederhana	25
3.8.2 Analisis Koefisien Korelasi	25

3.9 Uji Signifikan	27
3.9.1 Uji T	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum secara singkat Produk indomie goreng	28
4.2 Visi dan Misi	29
4.3 Pebgaruh Penggunaan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie Goreng.....	30
4.4 Deskripsi Pembahasan	31
4.5 Karakteristik Responden	32
4.5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
4.5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
4.5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
4.5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	35
4.5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	36
4.6 Hasil Tabulasi	37
4.6.1 Hasil Tabulasi Brand Ambassador (X)	37
4.6.2 Hasil Tabulasi Keputusan Pembelian	39
4.7 Uji Validitas dan Reabilitas (Y)	40
4.7.1 Uji Validitas dan Reabilitas Brand Ambassador (X).....	40
4.7.2 Uji Validitas dan Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)	42
4.8 Analisis Regresi Liniear Sederhana	43
4.9 Analisi Koefesien Kolerasi	44
4.10 Uji Hipotesis	45
4.10.1 Uji t (Parsial)	45
4.11 Pembahasan	45

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel	21
Tabel 3.2 Bobot Nilai Jawaban Responden	25
Tabel 3.3 Pedoman Untuk memberikan Interpersi Koefisien Korelasi	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan	33
Tabel 4.2 Hasil Tabulasi Brand Ambassador (X)	35
Tabel 4.3 Hasil Tabulasi Keputusan Pembelian (Y).....	38
Tabel 4.4 Uji validitas Brand Ambassador (X)	40
Tabel 4.5 Tabel Uji Reabilitas Brand Ambassador (X)	41
Tabel 4.6 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel 4.7 Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	43
Tabel 4.8 Regresi Linier Sederhana	43
Tabel 4.9 Koefisien Korelasi	44
Tabel 4.10 Hasil Uji T (Parsial)	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	15
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil kuisioner Variabel (X)
- Lampiran 2 Hasil kuisioner Variabel (Y)
- Lampiran 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Lampiran 4 Responden Berdasarkan Usia
- Lampiran 5 Responden Berdasarkan Pekerjaan
- Lampiran 6 Responden Berdasarkan Panghasilan
- Lampiran 7 Responden Berdasarkan Pendidikan
- Lampiran 8 Validitas Brand Ambassador (X)
- Lampiran 9 Reabilitas Brand Ambassador (X)
- Lampiran 10 Validitas Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 11 Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 12 Analisis Regresi Linier Sederhana
- Lampiran 13 Analisis Koefesien Kolerasi
- Lampiran 14 Hasil Uji t