

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MI LEMONILO DI KOTA BEKASI**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Febya Sholihat
NPM: 41183402180111



Strata 1
Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MI LEMONILO DI KOTA BEKASI

Tanggal: 20 Maret 2024

Oleh

Febya Sholihat
NPM: 41183402180111

Disetujui,
Pembimbing



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MI LEMONILO DI KOTA BEKASI

Tanggal: 27 Maret 2024

Oleh

Febya Sholihat

NPM: 41183402180111

Diuji Oleh,

Penguji I



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Penguji II



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

Mengetahui,
Pembimbing



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febya Sholihat
NPM : 41183402180111
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan *Brand Ambassador* Terhadap
Keputusan Pembelian Mi Lemonilo di Kota Bekasi

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari Skripsi ini terbukti merupakan duplikasi atau plagiarisme atau pun terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik dan / atau sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 22 Maret 2024

Yang Menyatakan,



METERAI
TEMPEL
LX153211300

Febya Sholihat

ABSTRAK

Febya Sholihat (41183402180111)

Pengaruh Citra Merek dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Mi Lemonilo di Kota Bekasi

xiv + 122 halaman + 23 tabel + 4 gambar + 2 grafik + 24 lampiran

Kata kunci: Citra Merek, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian Mi Lemonilo di Kota Bekasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumern Mi Lemonilo yang merupakan penggemar dari *boyband* asal Korea Selatan, NCT Dream (atau biasa disebut NCTzen).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan diperoleh dari hasil kuesioner yang tersebar dengan pengambilan sampel sebanyak 100 responden. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan menggunakan analisis regresi berganda yang dihitung menggunakan program *Statistic Prodcy and Service Solution 26* (SPSS 26).

Berdasarkan hasil analisis uji F (Anova) diperoleh F hitung $38,928 > 3,09$ F tabel, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat diartikan bahwa variabel independen Citra Merek (X_1) dan *Brand Ambassador* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) Mi Lemonilo di Kota Bekasi. Sementara itu, hasil perhitungan uji parsial (uji t) pada variabel citra merek menunjukkan nilai t_{hitung} diperoleh sebesar $7,053 > 1,98472$ t_{tabel} dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara individu variabel citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan dari hasil perhitungan uji parsial (uji t) variabel *brand ambassador*, nilai t_{hitung} diperoleh sebesar $0,019 < 1,98472$ t_{tabel} dengan signifikansi $0,985 > 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara individu variabel *brand ambassador* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap variabel independen keputusan pembelian.

Daftar Pustaka: 57 (2008 – 2022)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbi'l'aalamin, segala puji dan syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan banyak nikmat sehat dan nikmat panjang umur, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Mi Lemonilo di Kota Bekasi” dengan lancar.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam ‘45 Bekasi. Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran dan bantuan yang tulus dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dari berbagai pihak, tugas akhir skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, masukan, dan perhatian kepada penulis sehingga termotivasi bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Luthpiyah Juliandra, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam ‘45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam ‘45 Bekasi.
4. Seluruh dosen dan staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam ‘45 Bekasi yang telah membantu dalam proses akademis dan administrasi selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

5. Orang tua tercinta, Bapak Suryadi dan Ibu Yayah Heryana yang telah memberikan banyak kasih sayang, do'a, dan dukungan tiada henti sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik – baiknya.
6. Untuk kakak satu – satunya, Kartika Purwanti, terima kasih atas semua dukungan moral yang telah diberikan sehingga penulis menambah keyakinan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Kepada seluruh responden yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu, terima kasih karena telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang merupakan komponen penting dalam penelitian ini.

Semoga segala kebaikan yang telah kalian berikan diterima oleh Allah SWT dan dicatat sebagai amalan terbaik. Aamiin. Besar harapan penulis, semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis juga dengan senang hati akan menerima jika ada kritik dan saran dari penelitian ini yang bertujuan untuk membangun untuk perbaikan pada penelitian selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Bekasi, 30 Januari 2024

Penulis,

Febya Sholihat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Ruang Lingkup Atau Batasan Matasalah.....	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Perilaku Konsumen	11
2.2 Citra Merek	13
2.2.1 Definisi Citra Merek	13
2.2.2 Indikator Citra Merek.....	15
2.3 <i>Brand Ambassador</i>	16
2.3.1 Definisi <i>Brand Ambassador</i>	16
2.3.2 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	18
2.4 Keputusan Pembelian.....	19

2.4.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	19
2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	21
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
2.6 Kerangka Pemikiran.....	32
2.7 Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.1.1 Metode Penelitian yang Digunakan	36
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.1.3 Populasi dan Sampel	36
3.1.4 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.2 Instrumen Penelitian	38
3.2.1 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	38
3.2.2 Variabel Citra Merek (X1).....	39
3.2.3 Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X2)	39
3.3 Teknik Pengolahan Data	40
3.3.1 Uji Validitas	40
3.3.2 Uji Reliabilitas	41
3.3.3 Uji Hipotesis	41
3.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.3.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	46
4.1.1 Profil Perusahaan	46
4.1.2 Sejarah Perusahaan	46
4.2 Hasil Pengolahan Data Statistik.....	47
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	47
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data	49
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	59

4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis	63
4.2.7 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	65
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.4 Kelemahan Penelitian	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Simpulan	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survei Mengenai Keputusan Pembelian Mi Lemonilo	3
Tabel 1.2 Hasil Pra-Survei Mengenai Citra Merek Mi Lemonilo	5
Tabel 1.3 Hasil Pra-Survei Mengenai <i>Brand Ambassador</i> Mi Lemonilo	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran Pengaruh Citra Merek dan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian Mi Lemonilo di Kota Bekasi	33
Tabel 3.1 Ketentuan Skala Likert.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4 Uji Validitas Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.5 Uji Validitas Citra Merek.....	50
Tabel 4.6 Uji Validitas Brand Ambassador	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek, <i>Brand Ambassador</i> , dan Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.8 Total Hasil Skor Jawaban Responden Tentang Citra Merek	53
Tabel 4.9 Total Hasil Skor Jawaban Responden Tentang <i>Brand Ambassador</i>	55
Tabel 4.10 Total Hasil Skor Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	61
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.14 Hasil Uji T (Parsial)	64
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan).....	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	66
Tabel 4.17 Rekapitulasi Hasil Pengolahan Data	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Mi Instan Indonesia (2019-2022).....	1
Gambar 1.2 Pendapatan Penjualan Sejumlah Merek Mi Instan (2022)	3
Gambar 4.1 Logo PT Lemonilo Indonesia Sehat.....	46
Gambar 4.2 Lemonilo Mi Instan Rasa Mi Goreng	47

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 P-Plot Uji Normalitas	46
Grafik 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Uji Coba 30 Responden).....	78
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Kuesioner (Sebelum Uji Validitas & Reliabilitas) ...	80
Lampiran 3. Skor Jawaban Responden (Uji Sampel 30 Responden)	85
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas (Uji Sampel 30 Responden)	86
Lampiran 5. Skor Jawaban Responden (Uji Sampel 30 Responden)	88
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas (Uji Sampel 30 Responden)	89
Lampiran 7. Skor Jawaban Responden (Uji Sampel 30 Responden)	91
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas (Uji Sampel 30 Responden)	92
Lampiran 9. Kuesioner Penelitian (Setelah Uji Validitas & Reliabilitas)	94
Lampiran 10. Daftar Pertanyaan Kuesioner (Setelah Uji Validitas & Reliabilitas).....	96
Lampiran 11. Skor Jawaban Responden (Setelah Uji Validitas & Reliabilitas).....	100
Lampiran 12. Skor Jawaban Responden (Setelah Uji Validitas & Reliabilitas).....	103
Lampiran 13. Skor Jawaban Responden (Setelah Uji Validitas & Reliabilitas).....	106
Lampiran 14. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	109
Lampiran 15. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	112
Lampiran 16. Uji Hipotesis.....	113
Lampiran 17. Tabel Persentase Distribusi R.....	114
Lampiran 18. Tabel Persentase Distribusi F	115
Lampiran 19. Tabel Nilai Distribusi t	116
Lampiran 20. Surat Keputusan Pembimbing	117
Lampiran 21. Kartu Seminar Proposal.....	118
Lampiran 22. Kartu Bimbingan Skripsi	120
Lampiran 23. Daftar Riwayat Hidup.....	121
Lampiran 24. Hasil Uji Plagiasi (Turnitin)	122

Hasil Uji Plagiasi_Skripsi Febya Sholihat

ORIGINALITY REPORT

17 %	19 %	11 %	16 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	2 %
2	Submitted to Hoa Sen University Student Paper	2 %
3	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper	1 %
4	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	1 %
5	repository.ubharajaya.ac.id Internet Source	1 %
6	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1 %
7	journal.feb.unmul.ac.id Internet Source	1 %
8	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	1 %
9	ecampus.pelitabangsa.ac.id	