

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN SABUN LUX DI SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

AFIN AISYA SURYA

B 100 170 276

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SABUN LUX DI
SURAKARTA.

Yang ditulis dan disusun oleh:

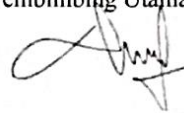
AFIN AISYA SURYA

B 100 170 276

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 10 Januari 2021

Pembimbing Utama



(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si)

NIK : 829

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)

NIK : 19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I, Pabelan, Kartosuro, Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **AFIN AISYA SURYA**

NIM : **B 100 170 276**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul skripsi : **PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SABUN LUX DI SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 10 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,

AFIN AISYA SURYA

MOTTO

ALLAH SWT adalah sebaik-baik pengatur skenario kehidupan manusia.
Teruslah beribadah, berusaha, dan berdoa kepada ALLAH SWT percayalah akan
setiap janji-Nya.

(Bunda Murji Titik)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberi kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orangtua Bapak Giyarno dan Ibu Murji Titik beserta Kakak Irfan Ardhian Surya yang telah memberikan kasih sayang, nasihat dan masukan, serta selalu mendoakan yang terbaik.
4. Keluarga besar yang telah memberi dukungan dan doa.
5. Pembimbing skripsi Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. yang telah membimbing dalam penulisan skripsi.
6. Sahabat serta teman-teman semuanya yang telah memberikan semangat dan dukungan.
7. Unit Kegiatan Mahasiswa Taekwondo Universitas Muhammadiyah Surakarta.
Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador* dan *brand image* terhadap minat beli konsumen sabun Lux di Surakarta. Populasi dan sampel penelitian ini adalah masyarakat Surakarta yang menggunakan produk sabun Lux dan jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 responden. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan *brand ambassador* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: *Brand ambassador*, *brand image*, minat beli.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand ambassador and brand image on consumer buying interest consumers using Lux soap. The population and sample of this study were consumers of Surakarta's people who used Lux soap and the number of respondents as samples in this study were 200 respondents. The type of data used in this study is primary data. Data collection method using a questionnaire. Data analysis uses multiple linear regression. The results of the analysis in this study show that brand ambassador has a negative effect on buying interest and brand image has a positive and significant effect on purchase interest.

Keywords: Brand ambassador, brand image, purchase interest.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Syukur alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, yang berjudul “PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT KONSUMEN SABUN LUX DI SURAKARTA.” Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang tak pernah berhenti melimpahkan segala rahmat, hidayat, petunjuk, dan ridho-Nya kepada penulis, dari awal penyusunan skripsi hingga akhir dengan lancar dan tepat waktu. Dan Juga nabi besar, Muhammad SAW yang telah memberikan keteladanan yang dapat menjadi contoh bagi kami.
2. Bapak Prof. Dr. Sofyan Arif, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Syamsudin, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan masukan, bimbingan, dan arahan dari awal penyusunan hingga terselesaikanya skripsi ini.

6. Seluruh dosen dan staf karyawan di Fakultas Ekonomi dan Binsis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Keluarga saya tercinta yang telah memberikan segala bentuk dukungan baik secara moril maupun materil.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
10. Almamater Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulisan selanjutnya. Kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 10 Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan.....	5
C. Tujuan.....	5
D. Manfaat	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Kerangka Penelitian	15
C. Penelitian Terdahulu	16
D. Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Populasi dan Sampel	22

C. Data dan Sumber Data.....	23
D. Metode Pengumpulan Data.....	24
E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	24
F. Teknik Analisis Data	26
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
A. Deskripsi Responden.....	31
B. Hasil Analisis	32
C. Pembahasan.....	40
BAB V PENUTUP	43
A. Kesimpulan	43
B. Keterbatasan Penelitian.....	43
C. Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	25
Tabel 4. 1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	31
Tabel 4. 2 Ringkasan Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian	33
Tabel 4. 3 Validitas Reliabilitas	35
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Regresi	36
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolineritas.....	37
Tabel 4. 6 Hasil Uji t	38
Tabel 4. 7 Hasil Uji F	39
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adj. R2)	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen	12
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian.....	16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	48
Lampiran 2 Hasil Olah Data.....	51