

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK MS GLOW DI KOTA 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:

ANDREA PUSPA

B100180250

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

“Pengaruh *Brand Ambassador*, *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk MS Glow di Kota Surakarta”

Yang ditulis dan disusun oleh:

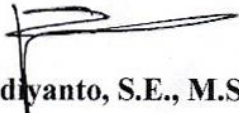
ANDREA PUSPA

B 100 180 250

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

Surakarta, 30 Mei 2022

Pembimbing Utama


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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta




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

NIDN 0616087401

HALAMAN PENGESAHAN

**“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(e-WOM) DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK MS
GLOW DI KOTA SURAKARTA”**

Oleh:

ANDREA PUSPA

B100180250

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Kamis, 30 Juni 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.
2. Drs. Kusdiyanto, S.E., M.Si.
3. Dr. Jati Waskito, S.E., M.Si.

(.....)
(.....)
(.....)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

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

NIK/NIDN: 829/0616087401





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Andrea Puspa**

NIM : **B100180250**

Jurusan : **Manajemen**

Judul Skripsi : **Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk MS GLOW Di Kota Surakarta**

menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya buat dan saya serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri dan publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi. Seluruh sumber yang menjadi pendukung dalam karya saya ini telah dicantumkan sumbernya pada daftar pustaka. Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 30 Juni 2022

Penulis,

Andrea Puspa

MOTTO

“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”
(QS. Al-Anfaal: 46)

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(QS. Al Baqarah: 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”
(QS. Al Insyirah: 5)

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya”
(QS. Ath-Thalaq: 2-3)

“Study now be proud later”
-Andrea Puspa-

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 orang tua dan keluarga besar saya yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah Surakarta ini.
4. Bapak Prof. Dr.H.Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Ibu Rini Kuswati, SE, M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Pembimbing Skripsi Bapak Kusdiyanto,SE,M.Si yang telah membimbing dalam penulisan skripsi.
8. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si, Ibu Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D, Bapak Dr. Jati Waskito, S.E., M.Si dan Bapak Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D selaku dewan penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji sidang dan memberikan masukan bagi penulis.
9. Ibu Ir. Irmawati, S.E., M.Si. selaku pembimbing Akademik yang telah memberi arahan serta bimbingan selama studi penulis.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand ambassador*, *electronic word of mouth* (e-WOM) dan citra merek terhadap minat beli produk MS Glow di Kota Surakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang berguna untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Surakarta. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden.

Teknik pengambilan sampel ini peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner dan diolah menggunakan alat analisis SPSS Versi 21. Hasil penelitian menunjukkan jika variabel brand ambassador, *electronic word of mouth* (e-WOM) dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: *Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth, Citra Merek, Minat Beli*

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of brand ambassadors, electronic word of mouth (e-WOM) and brand image on buying interest in MS Glow products in Surakarta City. This research is a quantitative research that is useful for researching a particular population or sample. The population in this study is the people in the city of Surakarta. The sample used in this study were 100 respondents.

The sampling technique used by the researcher was non-probability sampling with purposive sampling method. The type of data used in this study was a questionnaire and processed using the SPSS Version 21 analysis tool. The results showed that the brand ambassador variable, electronic word of mouth (e-WOM) and brand image had a positive and significant effect on buying interest.

Keywords: *Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth, Brand Image, Buying Interest*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur stas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand ambassador*, *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk MS Glow di Kota Surakarta”.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Prof. Dr.H.Sofyan Arif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Rini Kuswati, SE, M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Kusdiyanto,SE, M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing dalam penulisan skripsi.
5. Ibu Ir. Irmawati, S.E., M.Si. selaku pembimbing Akademik yang telah memberi arahan serta bimbingan selama studi penulis.
6. Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
7. Orangtua tercinta yang telah memberikan dorongan baik moral maupun materiil. *Thank you for everything.*
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterimakasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 30 Juni 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'A' followed by a series of loops and a final horizontal stroke.

Andrea Puspa

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| MOTTO..... | v |
| PERSEMBAHAN..... | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 5 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| A. Brand Ambassador..... | 9 |
| B. Electronic of word mouth (e-WOM)..... | 10 |
| C. Citra Merek..... | 12 |
| D. Minat Beli..... | 13 |
| E. Penelitian Terdahulu..... | 14 |
| F. Hipotesis Penelitian..... | 16 |
| G. Kerangka Penelitian..... | 18 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 20 |
| A. Jenis Penelitian..... | 20 |
| B. Data dan Sumber Data..... | 20 |

| | |
|---|----|
| C. Populasi dan Sampel..... | 20 |
| D. Metode Pengumpulan Data | 22 |
| E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran | 22 |
| F. Metode Analisis Data | 24 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | 30 |
| A. Deskripsi Responden | 30 |
| B. Uji Kualitas Instrumen dan Data | 32 |
| C. Analisis Asumsi Klasik | 34 |
| D. Analisis Regresi Linear Berganda | 36 |
| E. Analisis Koefisien Determinasi (R^2) | 38 |
| F. Analisis Hipotesis..... | 38 |
| G. Pembahasan | 41 |
| BAB V PENUTUP..... | 45 |
| A. Kesimpulan..... | 45 |
| B. Keterbatasan Penelitian | 46 |
| C. Saran | 46 |
| DAFTAR PUSTAKA | 49 |
| LAMPIRAN..... | 51 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 14 |
| Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator | 23 |
| Tabel 4. 1 Deskripsi Jenis Kelamin..... | 30 |
| Tabel 4. 2 Deskripsi Usia | 31 |
| Tabel 4. 3 Deskripsi Pekerjaan..... | 31 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador | 32 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Electronic Word of Mouth | 32 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek | 33 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli..... | 33 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas | 34 |
| Tabel 4. 9 Hasil Normalitas | 35 |
| Tabel 4. 10 Hasil Multikolinearitas..... | 35 |
| Tabel 4. 11 Hasil Heteroskedastisitas | 36 |
| Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 37 |
| Tabel 4. 13 Hasil R^2 | 38 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji F..... | 39 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji t..... | 40 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian | 19 |
|---------------------------------------|----|

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian..... | 51 |
| Lampiran 2. Data Kuesioner | 55 |
| Lampiran 3. Analisis Deskriptif..... | 73 |
| Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 75 |
| Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik | 82 |
| Lampiran 6 Analisis Reresi Linier Berganda..... | 84 |