

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK MIE LEMONILO DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

**Nuurul Purnama Sary
200910137**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK MIE LEMONILO DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana



Disusun Oleh :

Nuurul Purnama Sary

200910137

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Nuurul Purnama Sary
NPM : 200910137
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "skripsi" yang saya buat dengan judul :

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MIE LEMONILO DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan merupakan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 15 Juli 2024



Nuurul Purnama Sary
200910137

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK MIE LEMONILO DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

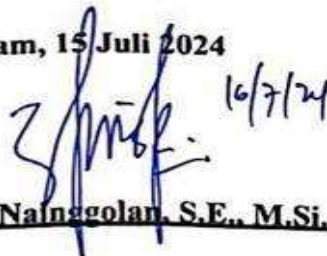
Oleh

Nuurul Purnama Sary

200910137

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 15 Juli 2024



Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Saat ini, industri makanan beradaptasi dengan permintaan pelanggan dengan mengembangkan produk baru seperti mie instan. Fokus penelitian ini adalah bagaimana *Word Of Mouth*, *Brand Image*, dan Ambassador merek memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sampel penelitian adalah pelanggan yang pernah membeli mie lemonilo. Untuk memilih sampel seratus orang yang menjawab pertanyaan, peneliti menggunakan teknik sampling non-probability. Data diolah menggunakan program SPSS 26. Studi menunjukkan bahwa duta merek, citra merek, dan word-of-mouth memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli mie lemonilo secara signifikan dan positif. Menurut uji anova, nilai f hitung lebih besar daripada f tabel, dan Sig adalah 0,05. Keputusan konsumen di Batam untuk membeli mie lemonilo dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan *Word Of Mouth*.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, *Brand Image*, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Currently, the food industry is adapting to consumer demand and developing new products such as instant noodles. This research focuses on how word of mouth, brand image, and brand ambassadors influence consumer purchasing decisions. The research sample was customers who purchased lemonilo noodles. To select a sample of one hundred people who answered the questions, the researcher used a non-probability sampling technique. The data was processed using the SPSS 26 program. Based on the anova test, the calculated f value was greater than table f , and the sign was 0.05. Batam consumers' decisions to buy lemon noodles are influenced by several factors such as brand awareness, brand image and Word of Mouth.

Keywords : *Brand Ambassador, Brand Image dan Word Of Mouth purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penulisan proposal dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Lemonilo di Kota Batam ”. Tugas proposal skripsi merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) dari Fakultas Strata I (S-1) pada Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam.

Saya sangat berterima kasih kepada semua orang yang telah membantu, menjelaskan, dan mendorong saya selama proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si sebagai Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si sebagai Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. sebagai Pembimbing Skripsi Program Studi Manajemen yang telah membantu penulis dan meluangkan waktu serta memberikan arahan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak/Ibu Dosen Universitas Putera Batam yang bersedia membantu memberikan referensi untuk penyusunan penulisan ini.
6. Kedua orang tua ayahanda dan Almh ibunda tercinta yang selalu senantiasa memberikan doa, kasih sayang dan dukungan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi.
7. Abang kandung saya Yudha Pratama, terima kasih atas doa dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini.

8. Kekasih saya Wahyu Anggara, saya ucapkan terima kasih atas segala bantuan, dukungan dan semangat yang telah diberikan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
9. Sahabat saya Baiq Dewi Andriyani, yang telah banyak membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini dan juga memberikan dukungan sampai terselesaikannya skripsi ini.
10. Teman – teman yang memberikan dukungan.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang juga telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ni.

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan referensi bagi peneliti berikutnya, serta akademisi secara keseluruhan.

Batam, 15 Juli 2024



Nuurul Purnama Sary
200910137



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah..... | 11 |
| 1.3. Batasan Masalah | 11 |
| 1.4. Rumusan masalah | 12 |
| 1.5. Tujuan Penelitian | 12 |
| 1.6. Manfaat penelitian | 13 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 15 |
| 2.1. Kajian Teori | 15 |
| 2.1.1. <i>Brand Ambassador</i> | 15 |
| 2.1.2. <i>Brand Image</i> | 22 |
| 2.1.3. <i>Word Of Mouth</i> | 27 |
| 2.1.4. Keputusan pembelian konsumen | 29 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu | 33 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran | 35 |
| 2.3.1. Keterkaitan antara <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian. | 35 |
| 2.3.2. Keterkaitan antara <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian | 36 |
| 2.3.3. Keterkaitan antara <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 36 |
| 2.4. Hipotesis | 37 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 38 |

| | |
|--|-----------|
| 3.1. Jenis Penelitian | 38 |
| 3.2. Sifat penelitian | 38 |
| 3.3. Lokasi penelitian dan jadwal penelitian | 39 |
| 3.3.1. Lokasi penelitian..... | 39 |
| 3.3.2. Jadwal penelitian | 39 |
| 3.4. Populasi dan Sampel..... | 39 |
| 3.4.1. Populasi | 39 |
| 3.4.2. Teknik penentuan besar sampel..... | 40 |
| 3.5. Sumber data | 41 |
| 3.5.1. Sumber data primer..... | 41 |
| 3.5.2. Sumber data sekunder..... | 42 |
| 3.6. Metode pengumpulan data..... | 43 |
| 3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian | 44 |
| 3.7.1. Variabel Bebas (Independen) | 44 |
| 3.7.2. Variabel Terikat (Dependen) | 45 |
| 3.8. Metode Analisis Data | 46 |
| 3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif..... | 46 |
| 3.8.2. Uji Kualitas Data | 47 |
| 3.8.3. Uji Asumsi Klasik | 49 |
| 3.8.4. Uji Pengaruh | 52 |
| 3.9. Uji Hipotesis | 53 |
| 3.9.1. Uji t (Regresi Parsial) | 53 |
| 3.9.2. Uji F (Simultan)..... | 54 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 56 |
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 56 |
| 4.2. Deskripsi Karakteristik Responden | 57 |
| 4.2.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 57 |
| 4.2.2. Karakteristik Berdasarkan Usia | 57 |
| 4.2.3. Karakteristik Berdasarkan Pembelian Produk Mie Lemonilo | 58 |
| 4.3. Deskripsi Jawaban Responden | 59 |

| | |
|---|------------|
| 4.3.1. Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i> | 59 |
| 4.3.2. Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> | 60 |
| 4.3.3. Deskripsi Variabel <i>Word Of Mouth</i> | 61 |
| 4.3.4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian | 62 |
| 4.4. Analisis Data | 63 |
| 4.4.1. Uji Kualitas Data | 63 |
| 4.4.2. Uji Asumsi Klasik | 68 |
| 4.4.3. Uji Pengaruh | 72 |
| 4.5. Pengujian Hipotesis | 74 |
| 4.5.1. Uji t | 74 |
| 4.5.2. Uji F | 75 |
| 4.6. Pembahasan | 76 |
| 4.6.1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian | 76 |
| 4.6.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian | 76 |
| 4.6.3. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian | 76 |
| 4.6.4. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> , <i>Brand Image</i> dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian | 76 |
| 4.7. Implikasi Hasil Penelitian | 77 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 80 |
| 5.1. Simpulan | 80 |
| 5.2. Saran | 80 |
| DAFTAR PUSTAKA | 82 |
| Lampiran 1. Pendukung Penelitian | 85 |
| Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup | 118 |
| Lampiran 3. Surat Izin Penelitian | 119 |
| Lampiran 4. Hasil Turnitin | 120 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Volume Penjualan Mie Instan..... | 9 |
| Tabel 2.1 Penelitian terdahulu..... | 35 |
| Tabel 3.1 Tabel penelitian..... | 39 |
| Tabel 3.2 Tabel skala likert..... | 44 |
| Tabel 3.7 Operasional Tabel..... | 39 |
| Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 57 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia..... | 57 |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pembelian Produk Mie Lemonilo..... | 58 |
| Tabel 4.4 Deskripsi variabel <i>Brand Ambassador</i> | 59 |
| Tabel 4.5 Deskripsi variabel <i>Brand Image</i> | 60 |
| Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Word Of Mouth</i> | 61 |
| Tabel 4.7 Deskripsi variabel Keputusan Pembelian..... | 62 |
| Tabel 4.8 Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> | 64 |
| Tabel 4.9 Validitas variabel <i>Brand Image</i> | 65 |
| Tabel 4.10 Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i> | 66 |
| Tabel 4.11 Validitas Variabel Keputusan Pembelian..... | 67 |
| Tabel 4.12 Uji Reliabilitas..... | 68 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1. Top Brand Awards Index..... | 7 |
| Gambar 1.2. Tangkapan Layar Review Konsumen | 8 |
| Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran..... | 36 |
| Gambar 4.1 Logo dan Produk Mie Lemonilo..... | 53 |

DAFTAR RUMUS

| | |
|--|----|
| Rumus 3 1. Rumus Lameshow..... | 40 |
| Rumus 3 2 Rentan Skala | 47 |
| Rumus 3 3 Rumus Validitas..... | 48 |
| Rumus 3 4 Regresi linear berganda | 52 |