

**PENGARUH BUNGA CITRA LESTARI SEBAGAI *BRAND*
AMBASSADOR THE PALACE NATIONAL JEWELER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERHIASAN
PADA KELOMPOK ARISAN SEKAR JANNAH DI
KOMPLEK TAMAN GALAKSI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

**Oleh:
Shinta Dewi Wibawati
201610415045**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Bunga Citra Lestari Sebagai *Brand Ambassador* The Palace National Jeweler Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Pada Kelompok Arisan Sekar Jannah Di Komplek Taman Galaksi Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Shinta Dewi Wibawati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415045

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

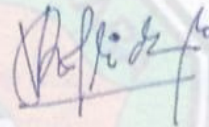
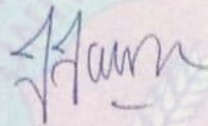
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Januari 2021

Jakarta, 02 Februari 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

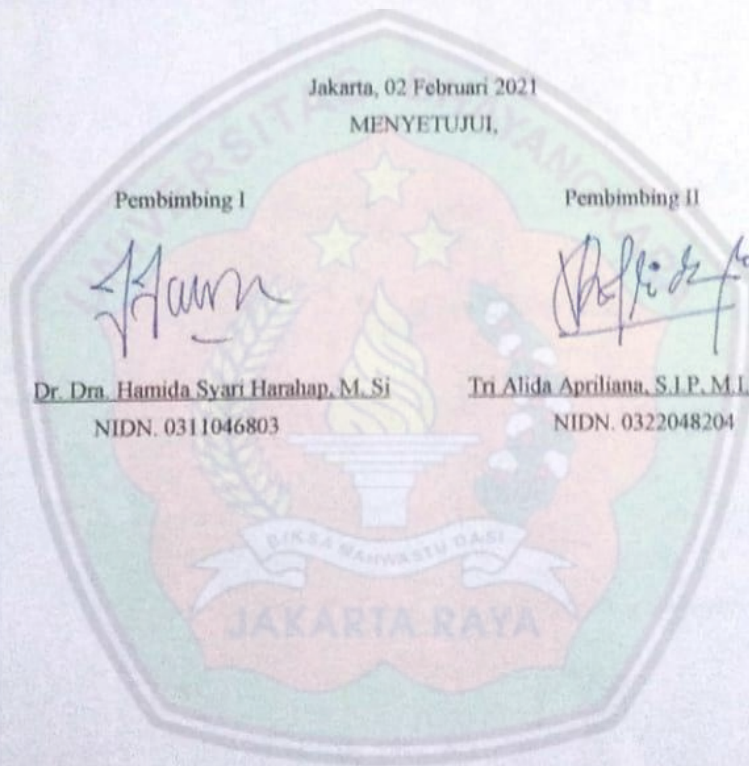


Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M. Si

Tri Alida Apriliana, S.I.P. M.I.Kom

NIDN. 0311046803

NIDN. 0322048204



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Bunga Citra Lestari Sebagai *Brand Ambassador* The Palace National Jeweler Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Pada Kelompok Arisan Sekar Jannah Di Komplek Taman Galaksi Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Shinta Dewi Wibawati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415045

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Januari 2021

Jakarta, 02 Februari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Metha Madonna, S.Sos, M.I.Kom
NIDN 0318087603

Penguji I : Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si
NIDN 0311046803

Penguji II : Imaddudin, M.I.Kom
NIDN 0310068902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1904409

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Bunga Citra Lestari Sebagai *Brand Ambassador* The Palace National Jeweler Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Pada Kelompok Arisan Sekar Jannah Di Komplek Taman Galaksi Kota Bekasi".

Skripsi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Shinta Dewi Wibawati

201610415045

ABSTRAK

Shinta Dewi Wibawati, 201610415045. Pengaruh Bunga Citra Lestari Sebagai *Brand Ambassador* The Palace National Jeweler Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Pada Kelompok Arisan Sekar Jannah Di Komplek Taman Galaksi Kota Bekasi.

Keputusan pembelian produk merupakan tujuan komunikasi pemasaran. *Brand Ambassador* merupakan salah satu strategi komunikasi pemasaran. Bunga Citra Lestari (BCL) merupakan salah satu *Brand Ambassador* produk The Palace National Jeweler. Untuk mengetahui pengaruh BCL sebagai *Brand Ambassador* maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh BCL sebagai *Brand Ambassador* The Palace National Jeweler terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan pada Kelompok Arisan Sekar Jannah Di Komplek Taman Galaksi Kota Bekasi. Analisis penelitian menggunakan Model VisCAP. Metode penelitian Deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota kelompok arisan Sekar Jannah berjumlah 44 orang. Penentuan sampel menggunakan *total Sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji t). Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Bunga Citra Lestari sebagai *Brand Ambassador* terhadap keputusan pembelian perhiasan The Palace National Jeweler pada Kelompok Arisan Sekar Jannah di Komplek Taman Galaksi Kota Bekasi, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6.347 > 2.018$, dengan nilai probabilitas (signifikansi) = 0.000 yaitu berada di bawah 0.05. Nilai regresi variabel *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 0.758, artinya jika *Brand Ambassador* naik 1 satuan maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0.758. Koefisien korelasi sebesar 0.700 yang berarti ada hubungan yang kuat antara *Brand Ambassador* dengan Keputusan Pembelian dan R^2 (R Square) sebesar 0.490 yang artinya sebesar 49% *Brand Ambassador* memiliki kontribusi pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian, Komunikasi Pemasaran.

ABSTRACT

Shinta Dewi Wibawati, 201610415045. *The Influence of Bunga Citra Lestari as The Palace National Jeweler's Brand Ambassador on Jewelry Purchasing Decisions at the Sekar Jannah Arisan Group in Komplek Taman Galaksi of Bekasi City.*

Product purchase decisions are the goal of marketing communications. Brand Ambassador is a marketing communication strategy. Bunga Citra Lestari (BCL) is one of The Palace National Jeweler's Brand Ambassadors. To determine the influence of BCL as a Brand Ambassador, the purpose of this study was to determine how much influence BCL as the Brand Ambassador of The Palace National Jeweler had on the decision to purchase jewelry at the Sekar Jannah Arisan Group in Komplek Taman Galaksi of Bekasi City. Research analysis using the VisCAP Model. Quantitative descriptive research methods. The population in this study were all members of the Sekar Jannah arisan group totaling 44 people. Determination of the sample using total sampling. The data analysis technique uses validity test, reliability test, simple linear regression test, correlation coefficient test, determination coefficient test and hypothesis test (t test). The results showed that there was a positive and significant effect of Bunga Citra Lestari as a Brand Ambassador on the decision to purchase jewelry from The Palace National Jeweler at the Sekar Jannah Arisan Group in Komplek Taman Galaksi of Bekasi City, with $t_{count} > t_{table}$ of $6,347 > 2,018$, with a probability value $\alpha = 0.000$ which is under 0.05. The regression value of the Brand Ambassador variable on the Purchase Decision is 0.758, meaning that if the Brand Ambassador increases by 1 unit, it will increase the Purchase Decision by 0.758. The correlation coefficient is 0.700, which means there is a strong relationship between Brand Ambassador and Purchase Decision and R^2 (R Square) of 0.490, which means that 49% of Brand Ambassadors have an influence on the Purchase Decision.

Keywords: *Brand Ambassador, Purchasing Decision, marketing communications.*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala, nikmat, karunia, serta kasih sayang-Nya. Berkat perjuangan yang tak kenal menyerah serta diiringi dengan doa maka skripsi yang berjudul “**Pengaruh Bunga Citra Lestari Sebagai *Brand Ambassador* The Palace National Jeweler Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Pada Kelompok Arisan Sekar Jannah Di Komplek Taman Galaksi Kota Bekasi**” dapat diselesaikan pada waktu yang telah ditentukan.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi. Selain itu, juga dimaksudkan untuk mengetahui lebih dalam mengenai seberapa besar pengaruh Bunga Citra Lestari sebagai *Brand Ambassador* The Palace National Jeweler terhadap keputusan pembelian perhiasan pada Kelompok Arisan Sekar Jannah di Komplek Taman Galaksi Kota Bekasi.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan atas motivasi, bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Terutama kepada Allah SWT, Mama, Papa, kedua anak-anakku yaitu Riffat Jazmi Purnama dan Ratu Florencecia Maryam Purnama, Adik-adikku yang telah memberikan perhatian, kasih sayang serta semangat hingga bantuan baik dari segi moril maupun materil. Dan juga untuk Dr. Muhammad Ramdhan, S.Pd.,SE., MM seorang yang sangat berarti untuk saya, yang telah banyak membantu, memberikan support, memberikan perhatian, semangat yang luar biasa sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini. Selain itu, dalam kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Hizkia Yosias Polimpung, S.I.P., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik

5. Ibu Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah banyak membimbing, memberi masukan serta saran kepada peneliti dari awal proses penyusunan proposal hingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Tri Alida Apriliana, S.I.P, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang juga telah banyak membantu dan memberikan pengarahan serta masukan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
7. Ibu Metha Madonna, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Tim Penguji, yang membantu peneliti menyempurnakan penelitian.
8. Bapak Imaduddin S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Penguji II yang sangat membantu peneliti dalam menyempurnakan penelitian.
9. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mengajarkan banyak hal dan memberikan masukan selama penelitian.
10. Ketua dan anggota Kelompok Arisan Sekar Jannah di Komplek Taman Galaksi Kota Bekasi yang telah membantu dalam mengumpulkan data penelitian.
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi terutama kelas B1 angkatan 2016 yang telah banyak membantu, memotivasi, serta mengajarkan banyak hal, yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, terimakasih.
12. Pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah turut membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi peneliti dan berbagai pihak yang membaca. Atas segala kekurangan dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini penulis mohon maaf.

Bekasi, 02 Februari 2021

Shinta Dewi Wibawati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Identifikasi Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.5.1 Kegunaan Teoritis	6
1.5.2 Kegunaan Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Teoritis	9
2.3 Tinjauan Konseptual	10
2.3.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	11
2.3.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	12
2.3.4 <i>Brand Ambassador</i>	14
2.3.5 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	15
2.3.6 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	16
2.3.7 Keputusan Pembelian Perhiasan	18

2.3.8 Indikator Keputusan Pembelian	18
2.3.9 Kelompok.....	19
2.3.10 Definisi Kelompok Referensi	20
2.4 Kerangka Pemikiran	21
2.5 Hipotesis	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel.....	26
3.4 Operasional Variabel	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Teknik Analisis Data	29
3.6.1 Uji Validitas	29
3.6.2 Uji Realibilitas	29
3.6.3 Korelasi Product Moment	30
3.6.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	30
3.6.5 Analisis Koefisiensi Determinasi.....	31
3.6.6 Uji Hipotesis	31
3.6.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Karakteristik Responden.....	33
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia.....	33
4.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
4.1.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
4.2 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	35
4.2.1 Deskriptif Statistik Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X).....	35
4.2.2 Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Pembelian (Y)	42
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Data Penelitian	48
4.3.1 Uji Validitas	48

4.3.2 Uji Realibilitas	51
4.4 Uji Hipotesis	51
4.4.1 Regresi Linear Sederhana	51
4.4.2 Uji Koefisiensi Korelasi	52
4.4.3 Uji Koefisiensi Determinasi	52
4.4.4 Uji T	53
BAB V PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Dokumen SPSS

Lampiran 4 Lembar Bimbingan

Lampiran 5 Form Perbaikan



DAFTAR BAGAN

	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran.....	22



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 3.2 Kategori Jawaban	28
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi	30
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	34
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Popularitas yang dimiliki BCL sebagai <i>Brand Ambassador</i>	36
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Bunga Citra Lestari Sebagai <i>Brand Ambassador</i> pada The Palace National Jeweler.....	36
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Kepopuleran Bunga Citra Lestari sebagai <i>Brand Ambassador</i>	37
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Bunga Citra Lestari Sebagai <i>Brand Ambassador</i>	37
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Bunga Citra Lestari sebagai Brand Ambassador yang dapat dipercaya	38
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Kecantikan Bunga Citra Lestari ..	39
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Bunga Citra Lestari ..	39
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Perhiasan Bunga Citra Lestari.....	40
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Bunga Citra Lestari sebagai <i>brand ambassador</i> The Palace National Jeweler	40
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Ucapan Bunga Citra Lestari sebagai <i>brand ambassador</i> The Palace National Jeweler	41
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap The Palace National Jeweler	42
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap perhiasan di The Palace National Jeweler.....	42
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Perhiasan di The Palace National Jeweler.....	43

Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Informasi tentang harga perhiasan di The Palace National Jeweler.....	43
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Keaslian perhiasan di The Palace National Jeweler	44
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Harga perhiasan di The Palace National Jeweler.....	45
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Informasi Positif dari Teman.....	45
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan membeli perhiasan pada The Palace National Jeweler.....	46
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Perhiasan di The Palace National Jeweler.....	46
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap The Palace National Jeweler menjadi pilihan utama ketika membeli perhiasan.....	47
Tabel 4.25 Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X).....	48
Tabel 4.26 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.28 Uji Realibilitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X).....	51
Tabel 4.29 Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	51
Tabel 4.30 Uji Regresi Linear Sederhana	52
Tabel 4.31 Tabel Uji Koefisien Korelasi	52
Tabel 4.32 Tabel Uji Koefisiensi Determinasi.....	53
Tabel 4.33 Tabel Uji Hipotesis (uji t)	53