

**PERAN *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG PADA
GENERASI Z DI BEKASI**

SKRIPSI

Oleh :

Putri Amalia Haris

201910325058



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Peran *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Pada Generasi Z Di Bekasi

Nama Mahasiswa : Putri Amalia Haris

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910315058

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 13 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I



M. Fadhli Nursal, SE., M.M
NIDN. 0325057908

Pembimbing II



Dr. Dewi Sri Wulandari, SE., M.Sc
NIDN. 0303017106

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Peeran Brand Ambassador, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Generasi Z Di Bekasi*

Nama Mahasiswa : Putri Amalia Haris

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325058

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 13 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601



Sekretaris Tim Penguji : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN. 0305087310



Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN. 0325057908



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN. 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIDN. 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul *Peran Brand Ambassador, Brand Image, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Generasi Z Di Bekasi.*

Ini adalah benar - benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang dimana 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 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, 13 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Putri Amalia Haris
201910325058

ABSTRACT

Putri Amalia Haris, 201910325058. *The Role of Brand Ambassadors, Brand Image and Promotion on Samsung Smartphone Purchase Decisions in Generation Z in Bekasi.*

This research is a research that is used to measure the role of Brand Ambassador, Brand Image, and Promotion on Purchase Decisions in Generation Z in Bekasi. This research is a quantitative research where the object used is generation Z in Bekasi City. This research was conducted using non-probability sampling with purposive sampling method. And the minimum number of samples used was 112, but after distributing the questionnaires online, 118 samples were obtained. The data analysis technique used was multiple regression which was processed using IBM SPSS Statistics V26. The results of this study provide an explanation that the variables Brand Ambassador, Brand Image, and Promotion have a positive effect on Purchasing Decisions.

Keywords : *Brand Ambassador, Brand Image, Promotion, Purchase Decision*

ABSTRACT

Putri Amalia Haris, 201910325058. *The Role of Brand Ambassadors, Brand Image and Promotion on Samsung Smartphone Purchase Decisions in Generation Z in Bekasi.*

This research is a research that is used to measure the role of Brand Ambassador, Brand Image, and Promotion on Purchase Decisions in Generation Z in Bekasi. This research is a quantitative research where the object used is generation Z in Bekasi City. This research was conducted using non-probability sampling with purposive sampling method. And the minimum number of samples used was 112, but after distributing the questionnaires online, 118 samples were obtained. The data analysis technique used was multiple regression which was processed using IBM SPSS Statistics V26. The results of this study provide an explanation that the variables Brand Ambassador, Brand Image, and Promotion have a positive effect on Purchasing Decisions.

Keywords : *Brand Ambassador, Brand Image, Promotion, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan seluruh rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Peran *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Generasi Z Di Bekasi”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari doa dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M. selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Faroman Syarief, SE., M.M selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan maupun motivasi kepada penulis selama perkuliahan.
5. Muhammad Fadhli Nursal, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan serta waktunya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan serta waktunya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua saya Bapak Aris Suryono dan Ibu Komariah yang selalu sabar dan sayang dalam memberikan dukungan baik dalam doa, motivasi maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Irvan Rizky Fauzi, S.M yang telah memberikan pengalamannya serta membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini..
9. Teman seperjuangan skripsi, Annisha Ferdiana Fasha, Carmelia Cesariana, Dini Rustanti, Dita Purbowati, Siti Nujiyatillah yang selalu saling membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Teman - teman SMP yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu membantu dan memberikan dukungan kepada penulis selama perkuliahan.

11. Teman – teman SMK yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu membantu dan memberikan dukungan kepada penulis selama perkuliahan.

Sebagai penutup, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca serta pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 13 Juli 2023

Putri Amalia Haris



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Batasan Masalah.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	14
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	15
2.1.4 <i>Brand Image</i>	17
2.1.5 Promosi	18
2.1.6 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	23

2.4 Hipotesis	24
2.4.1 Peran <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4.2 Peran Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4.3 Peran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.4.4 Peran <i>Brand Ambassador</i> , <i>Brand Image</i> dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	25
BAB III	27
METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Tahapan Penelitian.....	28
3.2.1 Tahapan Pelaksanaan	28
3.2.2 Tahapan Penulisan	29
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.4 Medel Konseptual Penelitian.....	29
3.5 Variabel Penelitian	30
3.6 Metode Pengambilan Populasi dan Sampel	32
3.6.1 Populasi.....	32
3.6.2 Sampel	32
3.6.4 Teknik Penentuan Jumlah Sampel	33
3.7 Jenis dan Sumber Data	33
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.9 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	35
3.9.1 Uji Instrument Penelitian	35
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.11 Uji Hipotesis	38
3.11.1 Uji Kelayakan Model (Uji T).....	38
3.11.2 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	39
3.11.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	39
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40

4.1.1 Produk Samsung (Seri A50, A70, A80)	41
4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 Deskripsi Data.....	42
4.2.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	42
4.3 Hasil Analisis Deskriptif Responden	43
4.3 Hasil Uji Instrumen	48
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas	52
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	54
4.4.1 Uji Normalitas.....	54
4.4.2 Uji Multikolinieritas	55
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	56
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.6 Uji Hipotesis	58
4.6.1 Uji T.....	58
4.6.2 Uji F.....	60
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.7.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.7.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.7.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	63
BAB V	65
PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Implikasi Manajerial	66
REFERENSI	68
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Tahun 2019 - 2020.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 3. 2 Penilaian Sakala Likert	35
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 2 Usia	44
Tabel 4. 3 Pekerjaan.....	45
Tabel 4. 4 Pengguna Smarthphone Samsung.....	46
Tabel 4. 5 Tempat Tinggal.....	47
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Brand Ambassador.....	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Brand Image.....	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Promosi	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4. 14 Hasil Uji T.....	59
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	60
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penetrasi Ponsel Pintar Indonesia	3
Gambar 1. 2 Blackpink Sebagai Brand Ambassador Smartphone Samsung	6
Gambar 1. 3 Hasil Pra-Riset Brand Ambassador Pada Generasi Z Di Bekasi	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 3. 1 Model Konseptual	30
Gambar 4. 1 Logo Samsung	40
Gambar 4. 2 Samsung A50	41
Gambar 4. 3 Samsung A70	41
Gambar 4. 4 Samsung A80	41
Gambar 4. 5 Diagram Jenis Kelamin	44
Gambar 4. 6 Diagram Usia.....	45
Gambar 4. 7 Diagram Pekerjaan	46
Gambar 4. 8 Diagram Pengguna Smartphone Samsung	47
Gambar 4. 9 Diagram Tempat Tinggal	48
Gambar 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56

DAFTAR LAMPIR

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	71
Lampiran 2 Uji Referensi.....	72
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 4 Data Responden.....	81
Lampiran 5 Hasil Uji IBM SPSS 26	94
Lampiran 6 Kartu Bimbingan	100
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	103

