

PENGARUH DUTA MEREK (*Brand Ambassador*) “Nissa Sabyan”, CITRA MEREK, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DAUKY FASHION

Studi pada Konsumen Generasi Milenial Dauky Fashion

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)



GITA INDAH MARGINUARI

2015.69.10.0050

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2019

PENGARUH DUTA MEREK (*Brand Ambassador*) “Nissa Sabyan”, CITRA MEREK, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DAUKY FASHION

Studi pada Konsumen Generasi Milenial Dauky Fashion

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)



GITA INDAH MARGINUARI

2015.69.10.0050

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2019

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Duta Merek (*Brand Ambassador*) "Nissa Sabyan", Citra Merek, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Dauky Fashion (Studi pada Konsumen Generasi Milenial Dauky Fashion Malang).

Disusun Oleh : Gita Indah Marginauri

NIM : 201569100050

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Disetujui untuk diseminarkan

Pasuruan, 4 Agustus 2019

Menyetujui

Kaprodi

Pembimbing



Nur Aizah S.sos., M.AB

NIP. 069.15.02.001



DR. H. A. Kholid Murtadlo SE., ME

NIK. NIDN.069.02.03.006

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN PADA :

HARI : Jumat

TANGGAL : 9 Agustus 2019

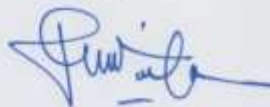
JAM : 08.00

JUDUL : Pengaruh Duta Merek (*Brand Ambassador*) "Nissa Sabyan",
Citra Merek dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian
Produk Daiky Fashion Studi Pada Konsumen Generasi Milenial.

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

KETUA



Nuraeni, M.A.B

NIP.0691502001

ANGGOTA



Amma Fazizah, M.A.B

NIP.Y 0691103040

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Any Urwatul Wusko, S.sos., M.A.B

NIP.Y 0691103037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gita Indah Margiuaru

NIM : 201569100050

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Duta Merek (*Brand Ambassador*) "Nissa Sabyan", Citra Merek dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk *Dauky Fashion* Studi Pada Konsumen Generasi Milenial.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 09 Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan,


Gita Indah Margiuaru

NIM. 201569100050

MOTTO

*“Tidak Penting Seberapa Lambat
Anda Melaju, Selagi Anda Tidak
Berhenti”*

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ♥ *Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah, rezeki dan semua yang saya butuhkan.*
- ♥ *Kedua orang tuaku dan Adik ku tersayang, terima kasih atas doa, motivasi, semangat, cinta, kasih, sayang.*
- ♥ *Diriku sendiri Gita Indah Marginuari jangan puas hanya sampai di sini, teruskejar mimpi-mimpi itu, jangan menyerah ! Semangat !*
- ♥ *Dosen-dosen administrasi bisnis, Sahabat-sahabatku Cecan Squad (Suci, Cuink, A'yunita, Veny, Winda) yang telah memberikan dukungan semangat dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.*
- ♥ *Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2015 yang selalu saling memberi semangat satu sama lain.*
- ♥ *Seseorang yang telah hadir dalam hidupku, partner terbaikku dalam segala hal terima kasih atas segala dukungan semangat, pengorbanan dan segalanya, semoga engkau senantiasa di lindungi-Nya dan di berikan kelancaran dalam urusan segala hal.*

Terhatur Do'a semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayah kepada kita semua.Amiin.....

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Al-Mukarromah KH. Sholeh Bahruddin beserta keluarga selaku Pembina Yayasan Darut Taqwa dan Pengasuh Pondok Pesantren Ngalah yang telah memberikan motivasi spiritual kepada penulis.
2. Bapak DR. Kholid Murtadlo, M.E, selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos.,M.AB, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Nur Ajizah, S.Sos.,M.AB, selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan.s
5. Bapak DR. Kholid Murtadlo, M.E, selaku dosen pembimbing skripsi ini, yang membimbing dengan benar dan sabar dari awal hingga selesainya skripsi ini.
6. Semua dosen yang telah mendukung dan memberikan semangat beserta motivasi kepada penulis.
7. Kawan-kawan mahasiswa/i Administrasi Bisnis Angkatan 2015, terima kasih atas kebersamaan dan bantuan kalian.
8. Pihak Dauky Fashion Malang yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian dan semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu dalam tugas akhir ini, terima kasih atas bantuan dan motivasi serta pengetahuan yang kalian berikan dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh duta merek (*brand ambassador*), citra merek, sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk Dauky Fashion studi pada konsumen Generasi Milenial Dauky Fashion. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen butik Dauky Fashion. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 117 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama *brand ambassador*, citra merek dan sikap generasi milenial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F hitung $16,836 > F$ tabel 3,08 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan hasil yang signifikan. Secara parsial *brand ambassador* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dimana nilai signifikansi. $0,000 < 0,05$, dan Sikap Generasi Milenial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dimana nilai signifikansi $0,002 < 0,05$, sedangkan Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dimana nilai signifikansi. $0,093 > 0,05$.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Citra Merek, Sikap Genersi Milenial dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand ambassadors, brand image, attitude of consumers to the decision of purchasing products Dauky Fashion study on the consumers of the millennial generation Dauky Fashion. The population in this study is the consumer of Dauky Fashion boutiques. The samples used in this study were 117 respondents. Sampling using purposive sampling techniques. Data collection techniques using multiple linear regression analysis techniques.

The results of this study show that collectively the brand ambassador, brand image and the attitude of Millennials influence significantly on the purchase decision with the value F count $16.836 > F$ table 3.08 and the value of sig. $0.000 < 0.05$ which indicates Significant results. Partial brand ambassadors have an effect on purchase decisions where value is significance. $0.000 < 0.05$, and the Millennials ' attitude affects purchase decisions where the value of significance is $0.002 < 0.05$, whereas brand image has no significant effect on purchasing decisions where the value of significance. $0.093 > 0.05$.

Keywords: Brand Ambassador, brand image, millennials attitude and purchasing decision.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami haturkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Pengaruh Duta Merek (Brand Ambassador), Citra Merek, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Dauky Fashion Studi pada konsumen Genrasi Milenial*, yang menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Administrasi Bisnis jenjang Strata-1 Universitas Yudharta Pasuruan.

Sholawat beserta Salam kami haturkan kepada pemimpin umat Islam, Nabi Muhammad SAW, yang telah memberi pencerahan dan menebarkan banyak keilmuan di berbagai lini kehidupan.

Kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan. Semoga SKRIPSI ini dapat bermanfaat bagi pembaca, yakni mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan pada umumnya, dan bagi mahasiswa prodi Administrasi Bisnis pada khususnya sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

Pasuruan, 19 Mei 2019

Gita Indah Marginuari

DAFTAR ISI

SampulDepan	
SampulDalam	
TandaPersetujuanSkripsi.....	i
TandaPengesahan.....	ii
PernyataanKeaslianTulisan	iii
Motto.....	iv
HalamanPersembahan	v
UcapanTerimakasih.....	vi
Abstrak	vii
Abstrack	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	x
DaftarTabel	xiv
DaftarGambar.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 LatarBelakang	1
1.2 RumusanMasalah	8
1.3 TujuanPenelitian	8
1.4 ManfaatPenelitian	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 PenelitianTerdahulu	10
2.2 KajianTeoritik	27
2.2.1 Duta Merek (<i>brand ambassador</i>)	27
2.2.2 Citra Merek	28
2.2.3 SikapGenerasiMilenial	30
2.2.4 KeputusanPembelian.....	35
2.3 HipotesisPenelitian.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 JenisPenelitian.....	38
3.2 LokasiPenelitian.....	39
3.3 VariabeldanPengukuran	39
3.4 PopulasidanSampel	42
3.5 TeknikPengumpulan Data	44
3.6 TeknikAnalisis Data	46
3.6.1 InstrumenPenelitian.....	46
3.6.2 UjiAsumsiKlasik	47
3.6.3 AnalisisStatistikDeskriptif	48
3.6.4 AnalisisStatistikInferensial	48
3.6.5 UjiHipotesis.....	49
3.6.6 KoefisienDeterminasi.....	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Dauky Fashion	53
4.1.1 Sejarah.....	53
4.1.2 Visi dan Misi	54
4.1.3 Logo Dauky.....	54
4.2 Gambaran Umum Responden	55
4.3 Pengujian Instrumen.....	57
4.3.1 Uji Validitas	59
4.3.2 Uji Reliabilitas	62
4.4 Uji Asumsi Klasik	63
4.4.1 Uji Normalitas.....	63
4.4.2 Uji Linieritas	65
4.5 Deskripsi Frekuensi Variabel	66
4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
4.7 Pengujian Hipotesis.....	76
4.7.1 Uji Parsial.....	76
4.8 Koefisien Determinasi R^2	81
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	82

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	89
----------------------	----

5.2 Saran	90
DaftarPustaka	92
Lampiran	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Variabel dan Pengukuran	41
Tabel 3.2 Skor Jawaban Angket.....	45
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas	65
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Ambassador</i>	66
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	68
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Sikap Generasi Milenial.....	70
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis	79
Tabel 4.16 Hasil Uji F	81
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi R^2	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Model Hipotesis	36
Gambar 4.1 Logo Dauky Fashion	54
Gambar 4.2 HasilUjiNormalitas P Plot	64