

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* NCT DREAM, *BRAND IMAGE*
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK “LEMONILO”
(Studi Pada Followers Akun Twitter
@lemonilo di Indonesia)**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

**ARIQAH AZIZAH
NIM: 1810312620009
PROGRAM STUDI: MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2024**

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* NCT DREAM, *BRAND IMAGE*,
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK “LEMONILO”
(Studi pada *Followers* Akun Twitter
@lemonilo di Indonesia)**


Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Ariqah Azizah
NIM: 1810312620009

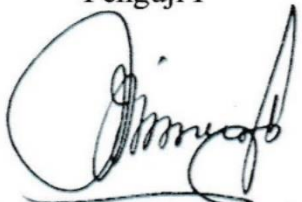
Telah dipertahankan di Dewan Penguji pada Tanggal 19 Mei 2023 dan

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Dosen Pembimbing


M. Yudy Rachman, SE, M.M
NIP. 198210232005011001

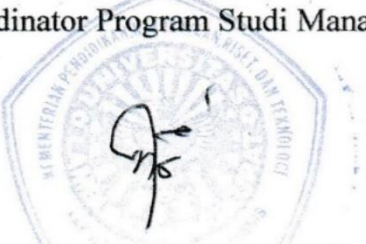
Penguji I


Drs. H. Ikhwan Faisal,
SE, M.Si, Ak, CA, ACPA
NIP. 197002091993031003

Penguji II


Dr. Raden Roro Yulianti
Prihatiningrum, SE, M.Si
NIP. 197307272001122001

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen


Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI BISNIS

Nama : Ariqah Azizah
NIM : 1810312620009
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* NCT Dream, *Brand Image*,
dan *Product Quality* terhadap Keputusan Pembelian Produk
“Lemonilo” (Studi pada *Followers* Akun Twitter
@lemonilo di Indonesia)
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : 19 Mei 2023

Tim Penguji

Pembimbing : M. Yudy Rachman, SE, M.M

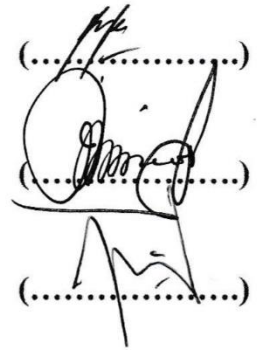
(.....)

Penguji I : Drs. H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA

(.....)

Penguji II : Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si

(.....)



BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

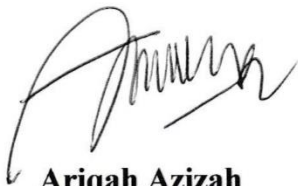
Nama Mahasiswa : Ariqah Azizah
NIM : 1810312620009
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* NCT Dream, *Brand Image* dan *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo (Studi Pada *Followers* Akun Twitter @lemonilo di Indonesia)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen
Ujian Dilaksanakan : Jum'at, 19 Mei 2023
Waktu Ujian : 09.00 – 11.00 WITA

Disetujui oleh dosen pembimbing

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapat persetujuan dari Tim Penguji

Banjarmasin, 13 Maret 2024

Mahasiswa



Ariqah Azizah
NIM 1810312620009

Dosen Pembimbing



Mohammad Yudy Rachman SE, M.M
NIP. 19821023 200501 1 001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 2024

Yang membuat pernyataan



Ariqah Azizah
1810312620009

ABSTRACT

Ariqah Azizah (2024), *The Influence of Brand Ambassador NCT Dream, Brand Image and Product Quality on Purchasing Decision on “Lemonilo” Products (Study on Followers Twitter Account @lemonilo in Indonesia)*. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Lambung Mangkurat University. Advisor: M. Yudy Rachman.

This study aims: (1) to Examine the Partial Influence of Brand Ambassador NCT Dream on Purchasing Decision; (2) to Examine the Partial Influence of Brand Image on Purchasing Decision; (3) to Examine the Partial Influence of Product Quality on Purchasing Decision; (4) to Examine the Simultaneously Influence of Brand Ambassador NCT Dream, Brand Image and Product Quality on Purchasing Decision.

The respondents to this research were 100 Lemonilo Twitter followers who had purchased Lemonilo products. The data was processed using multiple linear regression analysis with a sampling technique using a non-probability sampling method. This research is a causal research with quantitative method.

The results show that there is a significant Brand Ambassador NCT Dream on Purchasing Decision, Brand Image on Purchasing Decision, Product Quality on Purchasing Decision and Brand Ambassador NCT Dream, Brand Image and Product Quality on Purchasing Decision.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision*

ABSTRAKSI

Ariqah Azizah (2024). Pengaruh *Brand Ambassador* NCT Dream, *Brand Image*, dan *Product Quality* terhadap Keputusan Pembelian Produk “Lemonilo” (Studi pada *Followers* Akun Twitter @lemonilo di Indonesia). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: M. Yudy Rachman.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) Apakah ada pengaruh secara parsial *brand ambassador* NCT Dream terhadap keputusan pembelian produk Lemonilo pada *followers* Twitter @lemonilo; (2) Apakah ada pengaruh secara parsial *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Lemonilo pada *followers* Twitter @lemonilo; (3) Apakah ada pengaruh secara parsial *product quality* terhadap keputusan pembelian produk Lemonilo pada *followers* Twitter @lemonilo; (4) Apakah Ada Pengaruh secara simultan *brand ambassador* NCT Dream, *brand image* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian produk Lemonilo pada *followers* Twitter @lemonilo.

Responden penelitian ini adalah 100 orang *followers* Twitter Lemonilo yang pernah membeli produk Lemonilo. Data diolah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial *brand ambassador* NCT Dream terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh secara parsial *brand image* terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh secara parsial *product quality* terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh secara simultan *brand ambassador* NCT Dream, *brand image* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Image*, *Product Quality*, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Yang Maha Kuasa Allah SWT atas segala rahmat, taufiq dan hidayah- Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini hingga selesai dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador* NCT Dream, *Brand Image* dan *Product Quality* terhadap Keputusan Pembelian Produk “Lemonilo” (Studi pada *Followers* Akun Twitter @lemonilo di Indonesia)”. Skripsi ini ditulis untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat sekaligus Dosen Penguji yang telah membantu dalam menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini sebaik mungkin.
3. Bapak M. Yudy Rachman, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini sebaik mungkin.

4. Bapak Drs. H. Ikhwan Faisal SE, M.Si, Ak, CA, ACPA selaku Dosen Penguji yang telah membantu dalam menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini sebaik mungkin.
5. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kepada Papah, Mama, Elvina, Faqih, Ammar dan Dicky yang selalu memberikan doa, mendukung, membantu dan memberi semangat selama menjalani pendidikan dan penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu selama proses pembuatan karya tulis ini.

Semoga dukungan dan bantuan yang diberikan memperoleh balasan yang paling baik dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pembaca.

Banjarmasin, 2024
Penulis



Ariqah Azizah
1810312620009

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Landasan Teori	14
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	26
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	35
3.1. Kerangka Konseptual	35
3.2. Hipotesis Penelitian	37
BAB IV METODE PENELITIAN	40
4.1. Ruang Lingkup Penelitian	40
4.2. Jenis Penelitian	40
4.3. Tempat/Lokasi Penelitian.....	40
4.4. Unit Analisis	40
4.5. Populasi dan Sampel.....	41
4.6. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	42
4.7. Teknik Pengambilan Data	45
4.8. Teknik Analisis Data	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	54

5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
5.2. Hasil dan Analisis.....	55
5.2.1. Karakteristik Responden.....	55
5.2.2. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	59
5.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitain.....	65
5.2.4. Analisis Data	68
5.2.5. Hasil Pengujian Hipotesis	72
5.2.6. Koefisien Determinasi R^2	79
5.2.7. Pembahasan Hasil Penelitian	80
5.2.8. Implikasi Hasil Penelitian	85
5.2.9. Keterbatasan Penelitian.....	87
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	89
6.1. Kesimpulan.....	89
6.2. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 3. 1 Kerangka Konseptual.....	36
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	57
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 5. 5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	60
Tabel 5. 6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i> (X2).....	61
Tabel 5. 7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Product Quality</i> (X3).....	62
Tabel 5. 8 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	64
Tabel 5. 9 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 5. 10 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 5. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 5. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 5. 13 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 5. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 5. 15 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F).....	72
Tabel 5. 16 Hasil Uji Parsial (Uji t)	74
Tabel 5. 17 Koefisien Determinasi R^2	79
Tabel 5. 18 Tabulasi Interpretasi Nilai r	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instant Noodle's Global Demand Ranking	1
Gambar 1. 2 Logo Lemonilo	2
Gambar 1. 3 Lemonilo x NCT Dream	3
Gambar 1. 4 Penjualan Lemonilo Januari-Agustus 2022	4
Gambar 1. 5 Market Share Pembelian Mie Instan di e-commerce	5
Gambar 1. 6 Sosial Media dan E-Commerce Lemonilo	7
Gambar 1. 7 Negara yang Paling Banyak Membicarakan K-Pop.....	8

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	Kuesioner Penelitian	94
LAMPIRAN II	Karakteristik Responden.....	98
LAMPIRAN III	Tanggapan Responden	101
LAMPIRAN IV	Output SPSS.....	109
LAMPIRAN V	t tabel, r tabel dan f tabel	116