

SKRIPSI
PENGARUH *EMOTIONAL MARKETING*, *CELEBRITY ENDORSER*
CAK LONTONG, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
***PURCHASE INTENTION* PRODUK MINUMAN**
BERSODA SPRITE DI BANJARMASIN



Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

MUHAMMAD ANDRI FIRMANSYAH FARIS

NIM: 1910312110035

KONSENTRASI PEMASARAN

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2023

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *EMOTIONAL MARKETING*, *CELEBRITY ENDORSER*
CAK LONTONG, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PRODUK MINUMAN
BERSODA SPRITE DI BANJARMASIN**

Yang disusun oleh:

MUHAMMAD ANDRI FIRMANSYAH FARIS

NIM. 19100312110035

Telah dinyatakan di depan Tim Penguji pada tanggal 23 Juni 2023

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing

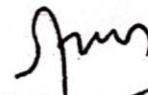

Dr. Tinik Sugiati, S.Pd., M.M.
NIP. 197508072006042002

Penguji I



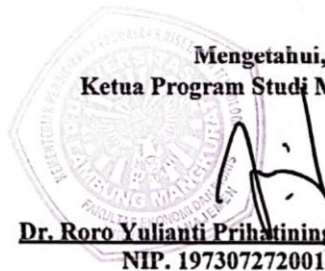
Drs. H. Ikhwan Faisal, S.E., M.Si, Ak, CA, ACPA
NIP. 197002091993031003

Penguji II



Siti Aliyati Al Husnari, S.E., M.M.
NIP. 1972090919990320014

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Roro Yulianti Prihatiningrum, S.E., M.Si.
NIP. 197307272001122001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
BANJARMASIN

Nama : Muhammad Andri Firmansyah Faris
NIM : 1910312110035
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Emotional Marketing*, *Celebrity Endorser* Cak Lontong, dan *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* Produk Minuman Bersoda Sprite di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 6 Juni 2023

Tim Penguji

Pembimbing : Dr. Tinik Sugiati, S.Pd., M.M.
Penguji I : Drs. H. Ikhwan Faisal, S.E., M.Si, Ak, CA, ACPA.
Penguji II : Siti Aliyati Al Bushairi, S.E., M.M.


(.....)

(.....)



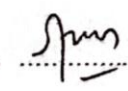
(.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Nama : Muhammad Andri Firmansyah Faris
NIM : 1910312110035
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Emotional Marketing*, *Celebrity Endorser* Cak Lontong, dan *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* Produk Minuman Bersoda Sprite di Banjarmasin
Hari/Tanggal : Selasa, 6 Juni 2023
Tempat : Online
Waktu Ujian : 14:00 – 16:30 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji

No	Nama	Keterangan	TTD
1.	<u>Dr. Tinik Sugiati, S.Pd., M.M.</u> NIP. 197508072006042002	Pembimbing	1. 
2.	<u>Drs. H. Ikhwan Faisal, S.E., M.Si, Ak, CA, ACPA.</u> NIP. 197002091993031003	Penguji I	2. 
3.	<u>Siti Aliyati Al Bushairi, S.E., M.M.</u> NIP. 1972090919990320014	Penguji II	3. 

Demikian berita acara perbaikan Skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Roro Yulianti Prihatiningrum, S.E., M.Si.
NIP. 197307272001122001

Banjarmasin, 23 Juni 2023
Mahasiswa



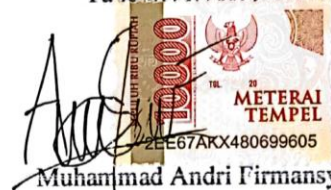
Muhammad Andri Firmansyah Faris
NIM. 1910312110035

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya. Bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai macam sumber telah dituliskan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun. Apabila di kemudian hari ternyata saya tidak benar. Maka saya bersedia menerima akibat hukum dari kebenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 23 Juni 2023

Yang membuat pernyataan.



METERAI
TEMPEL
E67AKX480699605

Muhammad Andri Firmansyah Faris

NIM. 1910312110035

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Emotional Marketing, Celebrity Endorser* Komedian Cak Lontong, *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* Produk Minuman Bersoda Sprite di Banjarmasin”. Adapun dalam proses menyelesaikan skripsi ini, terdapat hambatan dan rintangan termasuk keterbatasan waktu yang dialami penulis. Akan tetapi, setiap kendala yang ditemui dapat dilewati dengan usaha, dukungan, bimbingan, motivasi dan iringan doa serta arahan dari dosen pembimbing dan teman-teman sekalian hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa pula penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang amat mendalam kepada:

1. Bapak Dr. Atma Hayat, Drs. Ec., M.Si, Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Tinik Sugiati, S.Pd., M.M. selaku pembimbing skripsi, yang telah meluangkan tenaga, waktu, dan pikiran untuk membantu saya menyelesaikan penulisan skripsi.
4. Bapak Drs. H. Ikhwan Faisal, S.E., M.Si, Ak, CA, ACPA selaku dosen penguji I yang telah memberikan saran dan nasihat kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Ibu Siti Aliyati Al Bushairi, S.E., M.M. selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran dan nasihat kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Kakak saya Muhammad Andra Firmansyah Faris yang selalu memberikan dukungan dan masukan atas proses dan kesulitan saya dalam menyusun skripsi.
7. Ibu saya, Riska Yariskani yang telah mendoakan saya tiada hentinya agar dapat menghadapi segala kesusahan dan dijauhkan dari marabahaya.
8. Cho Seungyoun (WOODZ) atas karya dan lagunya yang telah menjadi teman begadang bagi penulis saat menyusun skripsi terutama lagu dengan judul *Waiting, I hate you, dan Drowning*.
9. Seluruh pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih atas doa dan teladan yang diberikan.

Penulis begitu menyadari masih banyak masih banyak terdapat kekurangan bahkan kesalahan dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu sangat diharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan memperbaikinya. Namun demikian, penulis tetap berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk semua pihak untuk menjadi pertimbangan dalam konsentrasi keilmuan yang serumpun.

Banjarmasin, 23 Juni 2023

Penulis

Muhammad Andri Firmansyah Faris
1910312110035

ABSTRACT

Muhammad Andri Firmansyah Faris (2023) The Influence of Emotional Marketing, Celebrity Endorser Cak Lontong, and Brand Awareness on the Purchase Intention of Sprite in Banjarmasin.

Advisor: Tinik Sugiati.

This modern beverage industry in Indonesia is experiencing rapid development. Innovation and demand are increasing. Likewise, consumers in the city of Banjarmasin have the characteristics of today's consumers. Sprite as one of the instant drinks that has long been distributed in Indonesia has become one of the choices when consumers are shopping. This study has a problem formulation to see the influence of emotional marketing, celebrity endorsers and brand awareness on purchase intention. The purpose of this study is to analyze the influence of emotional marketing, celebrity endorsers and brand awareness on purchase intention.

This type of research is explanatory research. The sampling technique in this study used purposive sampling technique. The research sample was person who acommunity domiciled in Banjarmasin City and who saw advertisements for Sprite products delivered or voiced over by Indonesian comedian Cak Lontong. The number of samples obtained was 104 respondents. The study was analyzed using multiple linear regression.

The results of this study show that emotional marketing and brand awareness have a significant effect on the purchase intention of Sprite products. While celebrity endorser is stated to have no significant effect. However, celebrity endorser in this case needs to be further analyzed in the next study.

Keywords: *Sprite, Emotional Marketing, Celebrity Endorser, Brand Awareness, Purchase Intention, Linear Regression, Banjarmasin.*

ABSTRAKSI

Muhammad Andri Firmansyah Faris (2023) Pengaruh *Emotional Marketing*, *Celebrity Endorser* Cak Lontong, dan *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* Produk Minuman Bersoda Sprite di Banjarmasin.
Pembimbing: Tinik Sugiati.

Industri minuman modern ini di Indonesia mengalami perkembangan pesat. Inovasi dan permintaan pun semakin meningkat. Begitu pun konsumen yang ada di kota Banjarmasin memiliki karakteristik konsumen masa kini. Sprite sebagai salah satu minuman instan yang telah lama terdistribusi di Indonesia telah menjadi salah satu pilihan ketika konsumen sedang berbelanja. Penelitian ini memiliki rumusan masalah untuk melihat pengaruh *emotional marketing*, *celebrity endorser* dan *brand awareness terhadap purchase intention*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh yang ditimbulkan oleh *emotional marketing*, *celebrity endorser* dan *brand awareness terhadap purchase intention*.

Jenis penelitian ini merupakan *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Banjarmasin dan melihat iklan produk Sprite yang disampaikan atau diisi suara (*voice over*) oleh komedian Indonesia Cak Lontong. Jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 104 responden. Penelitian ini dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *emotional marketing* dan *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* produk Sprite. Sedangkan *celebrity endorser* dinyatakan tidak berpengaruh signifikan. Namun, *celebrity endorser* dalam hal ini perlu dianalisis lebih lanjut pada penelitian berikutnya.

Kata kunci: Sprite, *Emotional Marketing*, *Celebrity Endorser*, *Brand Awareness*, *Purchase Intention*, Regresi Linier Berganda, Banjarmasin.

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.5. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Landasan Teori	17
2.1.1. <i>Purchase Intention</i>	17
2.1.2. <i>Emotional Marketing</i>	19
2.1.3. <i>Celebrity Endorser</i>	24
2.1.4. <i>Brand Awareness</i>	28
2.1.5. Pengaruh <i>Emotional Marketing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	30
2.1.6. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	31

2.1.7.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	31
2.2.	Hasil Penelitian Sebelumnya	33
BAB III	KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	44
3.1.	Kerangka Konseptual (Model Penelitian)	44
3.2.	Hipotesis	46
3.2.1.	Pengaruh <i>Emotional Marketing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	46
3.2.2.	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	46
3.2.3.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	47
BAB IV	METODE PENELITIAN	48
4.1.	Ruang Lingkup Penelitian	48
4.2.	Jenis Penelitian	48
4.3.	Tempat/Lokasi Penelitian	49
4.4.	Unit Analisis	49
4.5.	Populasi dan Sampel	49
4.5.1.	Populasi	49
4.5.2.	Sampel	49
4.6.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	51
4.6.1.	Variabel independen (variabel bebas)	51
4.6.2.	Variabel dependen (variabel terikat)	51
4.6.3.	Definisi Operasional Variabel	52
4.7.	Teknik Pengumpulan Data	57
4.7.1.	Kuesioner	57
4.8.	Teknik Analisis Data	58
4.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif	58
4.8.2.	Uji Validitas	58
4.8.3.	Uji Reliabilitas	59

4.8.4.	Uji Asumsi Klasik.....	59
4.8.5.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.8.6.	Uji Hipotesis.....	62
4.8.7.	Uji F.....	63
4.8.8.	Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>).....	63
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	64
5.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
5.1.1.	Identitas Produk Minuman Bersoda Sprite.....	64
5.1.2.	Sejarah Singkat Produk Minuman Bersoda Sprite.....	65
5.1.3.	Cak Lontong.....	66
5.2.	Hasil dan Analisis.....	67
5.2.1.	Karakteristik Responden.....	67
5.2.2.	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	70
5.2.3.	Uji Validitas.....	76
5.2.4.	Uji Reliabilitas.....	79
5.2.5.	Uji Asumsi Klasik.....	80
5.2.6.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
5.2.7.	Uji Hipotesis.....	84
5.2.8.	Uji Koefisien Determinasi.....	86
5.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
5.4.	Implikasi Hasil Penelitian.....	92
5.4.1.	Implikasi Teoritis.....	92
5.4.2.	Implikasi Praktis.....	93
BAB VI	PENUTUP.....	97
6.1.	Kesimpulan.....	97
6.2.	Saran.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Jawaban Responden Mengenai Minat Beli Minuman Bersoda.....	7
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	33
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	52
Tabel 4.2 Skala Interval	58
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	67
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	69
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	69
Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Media.....	70
Tabel 5.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Emotional Marketing</i>	71
Tabel 5.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Celebrity Endorser</i>	72
Tabel 5.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Awareness</i>	74
Tabel 5.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Purchase Intention</i>	75
Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas <i>Emotional Marketing</i>	77
Tabel 5.12 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i>	77
Tabel 5.13 Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i>	78
Tabel 5.14 Hasil Uji Validitas <i>Purchase Intention</i>	78
Tabel 5.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 5.16 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 5.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 5.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 5.19 Hasil Uji t.....	85
Tabel 5.20 Hasil Uji F.....	86
Tabel 5.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Index 2022 Merek Minuman Bersoda Favorit Masyarakat Indonesia	3
Gambar 1.2 Minat Beli Minuman Bersoda di Banjarmasin	4
Gambar 1.3 Tangkap Layar Iklan-Iklan Minuman Bersoda.....	6
Gambar 1.4 Cak Lontong	11
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	45
Gambar 5.1 Logo Sprite.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 2. Item Pernyataan Variabel Emotional Marketing.....	113
Lampiran 3. Item Pernyataan Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	119
Lampiran 4. Item Pernyataan Variabel <i>Brand Awareness</i> dan <i>Purchase Intention</i>	125
Lampiran 5. <i>Output Analisis</i>	131