

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, BRAND AMBASSADOR NCT DREAM,
DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MIE LEMONILO DI BEKASI TIMUR**

TUGAS AKHIR

Setiani Putri Utomo

193402516029



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, BRAND AMBASSADOR NCT DREAM,
DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MIE LEMONILO DI BEKASI TIMUR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

Setiani Putri Utomo

193402516029



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2023

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

“PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *BRAND AMBASSADOR* NCT DREAM, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MIE LEMONILO DI BEKASI TIMUR”

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 3 Februari 2023



Setiani Putri Utomo

NPM : 193402516029

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *BRAND*
AMBASSADOR NCT DREAM, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MIE LEMONILO DI BEKASI TIMUR**

Nama Mahasiswa : **Setiani Putri Utomo**

Nomor Pokok : **193402516029**

Program Studi : **Manajemen**



Jakarta:

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *BRAND*
AMBASSADOR NCT DREAM, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

MIE LEMONILO DI BEKASI TIMUR


Nama Mahasiswa : **Setiani Putri Utomo**

Nomor Pokok : **193402516029**

Program Studi : **Manajemen**

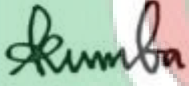
Diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

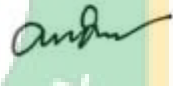
Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Rahayu Lestasi, S.E., M.M.)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji,


(Kumba Digidowiseiso, SE., M.App.Ec., Ph.D)


(Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M.)

Menegetahui

(Kumba Digidowiseiso, SE., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta :

Tanggal Lulus :

ABSTRAK

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *BRAND AMBASSADOR* NCT DREAM, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MIE LEMONILO DI BEKASI TIMUR

Oleh :

Setiani Putri Utomo

NPM : 193402516029

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Rahayu Lestasi, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik iklan, *brand ambassador* NCT Dream, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen mie Lemonilo di Bekasi Timur. Pada penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 75 responden konsumen mie Lemonilo di Bekasi Timur. Metode analisis data menggunakan analisis inferensial dengan regresi linear berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 23.0. Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Daya tarik iklan (X1) dan *Brand image* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y). Sedangkan variabel *Brand ambassador* (X2) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y).

Kata kunci : Daya Tarik Iklan, *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ADVERTISING ATTRACTION, NCT DREAM BRAND AMBASSADOR, AND BRAND IMAGE ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS OF LEMONILO NOODLES IN BEKASI TIMUR

By:

Setiani Putri Utomo

Npm : 193402516029

Thesis, under the guidance Dr. Rahayu Lestasi, S.E., M.M.

The purpose of this study was to analyze the effect of advertising attractiveness, NCT Dream brand ambassadors, and brand image on consumer purchasing decisions for Lemonilo noodles in East Bekasi. In this study, primary data was used by distributing questionnaires to 75 respondents of Lemonilo noodle consumers in East Bekasi. The data analysis method uses inferential analysis with multiple linear regression and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 23.0 program. The results of the multiple linear regression analysis show that the advertising attractiveness (X1) and brand image (X3) variables have a positive and significant effect on the purchase decision (Y). while the brand ambassador variable (X2) has no significant positive effect on purchasing decisions (Y).

Keywords: *Advertising Attractiveness, Brand Ambassador, Brand Image, and Purchase Decision*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Setiani Putri Utomo
2. Tempat, tanggal lahir : Bekasi, 2 Mei 2001
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl. Kusuma Timur IX F 21/14 RT001 RW 003
Aren Jaya, Bekasi Timur, Jawa Barat
5. Status : Belum Menikah
6. Agama : Islam
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. Email : setianiputri17@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD IT AL-Fatah = 2007 – 2013
2. Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Kota Bekasi = 2013 – 2016
3. SMA PGRI 1 Kota Bekasi = 2016 – 2019



KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, alhamdulillah sehingga saya dapat menyelesaikan dan menyusun tugas akhir ini dengan baik karena berkah dan rahmat-nya. Tujuan pembuatan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Universitas Nasional. Penulis mengambil judul “Pengaruh Daya Tarik Iklan, *Brand Ambassador*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Lemonilo di Bekasi Timur”.

Selain itu saya juga menyadari bahwa penyelesaian pada pembuatan tugas akhir ini tidak akan sanggup tanpa bantuan dari pihak-pihak terkait yang dengan sabar dan ikhlas dalam membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App. EC., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional dan sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya serta memberikan arahan dan bimbingan semaksimal mungkin kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Nasional.
6. Bapak Priono Hasiholan, S.T., selaku Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
7. Segenap Dosen maupun Staff Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
8. Terima kasih kepada kedua orang tua penulis, bapak Puji Utomo dan ibu Nenah Setianingsih yang selalu ada, memberikan dukungan dan doa tiada henti untuk penulis.

9. Terima kasih kepada teman-teman penulis Dena Andriyani dan Chaeriliya yang telah memberikan dukungan antara satu sama lain.
10. Serta terima kasih juga kepada sahabat penulis Sindy Dian Sari dan Difa Aldien yang telah membantu dan memberikan motivasi untuk penulis dalam mengerjakan Skripsi ini.
11. Dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis, yang tidak sempat menyebutkan satu persatu.

Akhir kata, dengan rendah hati penulis menyatakan bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu penulis sangat mengharapkan saran dan mohon maaf yang sebesar-besarnya. Karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT, dan ketidaksempurnaan datang dari penulis.



Bekasi, 3 Februari 2023

Setiani Putri Utomo

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Daya Tarik Iklan.....	10
1. Pengertian Daya Tarik Iklan.....	10
2. Kategori Dalam Daya Tarik Iklan.....	10
3. Pengembangan Daya Tarik Iklan Yang Efektif.....	11
4. Unsur Daya Tarik Iklan.....	12
5. Indikator Daya Tarik Iklan.....	12
B. <i>Brand Ambassador</i>	13
1. Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	13
2. Karakteristik <i>Brand Ambassador</i>	13
3. Fungsi <i>Brand Ambassador</i>	14
4. Indikator <i>Brand Ambassador</i>	15
C. <i>Brand Image</i>	15

1.	Pengertian <i>Brand Image</i>	15
2.	Unsur-Unsur Pada <i>Brand Image</i>	16
3.	Membangun Citra Merek.....	17
4.	Indikator <i>Brand Image</i>	17
D.	Keputusan Pembelian.....	18
1.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2.	Proses Pengambilan Keputusan.....	18
3.	Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	19
4.	Indikator Keputusan Pembelian.....	20
E.	Keterkaitan antar Variabel Penelitian.....	21
F.	Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	22
G.	Kerangka analisis.....	25
H.	Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
A.	Objek Penelitian.....	28
B.	Data Penelitian.....	28
1.	Sumber Data dan Jenis Data.....	28
2.	Populasi dan Sampel.....	28
3.	Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	30
C.	Definisi Operasional Variabel.....	31
D.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	33
1.	Metode Analisis Deskriptif.....	33
2.	Metode Analisis Inferensial.....	33
3.	Uji Instrumen.....	34
4.	Uji Asumsi Klasik.....	35
5.	Uji Kelayakan Model.....	36
6.	Pengujian Hipotesis.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		38
A.	Hasil Penelitian.....	38
1.	Analisis Deskripsi Data Penelitian.....	38
2.	Karakteristik Responden.....	38
3.	Hasil Lengkap Penelitian.....	43
B.	Pembahasan.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		64
A.	Kesimpulan.....	64
B.	Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA.....66

LAMPIRAN68



DAFTAR TABEL

Keterangan	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan	23
Tabel 3.2 Skala Likert	30
Tabel 3.3 Definisi Operasioanl Variabel.....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4.4 Pernah Membeli Salah Satu Varian Mie Lemonilo.....	42
Tabel 4.5 Mean Daya Tarik Iklan.....	44
Tabel 4.6 Mean <i>Brand Ambassador</i>	45
Tabel 4.7 Mean <i>Brand Image</i>	46
Tabel 4.8 Mean Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.9 Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Daya Tarik Iklan.....	50
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i>	50
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	51
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi.....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4.18 Uji Multikolinieritas.....	56
Tabel 4.19 Uji F.....	57

Tabel 4.20 Koefisien Determinasi.....57

Tabel 4.21 Uji T.....59



DAFTAR GAMBAR

Keterangan	Halaman
Gambar 1.1 Lemonilo X NCT Dream.....	6
Gambar 1.2 Pendapatan penjualan sejumlah merek mie instan di <i>e-commerce</i> indonesia (Januari-Agustus 2022).....	7
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Analisis	26
Gambar 4.1 Diagram Usia Responden Dalam Presentase.....	39
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin Responden Dalam Presentase.....	40
Gambar 4.3 Diagram Pekerjaan Responden Dalam Presentase.....	42
Gambar 4.4 Pernah Membeli Salah Satu Varian Mie Lemonilo	43



DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	69
Lampiran 2 Data Responden.....	73
Lampiran 3 Hasil Tanggapan Responden.....	78
Lampiran 4 Output SPSS	81

