

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND PERSONALITY* TERHADAP
PURCHASE INTENTION DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi pada Konsumen Erigo Store Yogyakarta)

***THE INFLUENCE BRAND AMBASSADOR AND BRAND PERSONALITY ON
PURCHASE INTENTION TROUGH BRAND IMAGE AS A INTERVENING VARIABLE***

(*Study on Consumers of Erigo Store Yogyakarta*)



Disusun oleh:

Louris Rico Fedryan

20190410015

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Louris Rico Fedryan

Nomor Mahasiswa : 20190410015

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Personality* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi pada konsumen Erigo Store Yogyakarta) tidak pernah ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis telah diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 16 Januari 2023



Louris Rico Fedryan

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk.....

Kedua orangtuaku tercinta, Ibu Sumarni dan Bapak Darsono

Untuk adikku Devina Melya Nur Lita yang selalu membelikan kopi ketika pulang mengerjakan skripsi pada malam hari.

Nuuriya Salsabilla teman sambat bareng sejak awal mengerjakan skripsi dan menjadi suport system hingga menyelesaikan skripsi

Seperjuanganku teman kontrakan Yusuf Maulana, Rafly Ferdian yang telah memberikan dukungan dan perhatian selama menyusun skripsi

Grup Remas kontrakan yang selalu memberikan solusi untuk disetiap perlika-likuan penyusunan skripsi

Diajeng, Fira, Hendra teman sebimbingan dan memberikan sambatnya beserta revisinya yang selalu solutip mengerjakan skripsinya

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia- Nya kepada penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

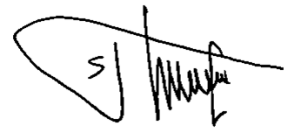
Dalam Penyusunan skripsi ini, penulis menyadari mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Muhammad Miftahun Nadzir, BABA., MBA yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Kedua orang tuaku dan adikku, terima kasih atas segala doa serta semangat yang diberikan untuk kelancaran penyusunan skripsi ini
5. Nuuriya Salsabilla teman seperjuangan dari maba serta awal penyusunan skripsi dan bersedia dengan segala kepusinganku mengolah data skripsi
6. Yusuf Maulana, Rafly Ferdian yang selalu mengisi hari-hariku senang, bahagia, sedih, spaneng apalagi menghadapi momen-momen ujian saat itu
7. Diajeng, Fira, Hendra teman seperjuangan sejak awal penyusunan sempro, bimbingan, dan segala revisian.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan atas segala amal baik yang telah dikerjakan Aamiin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan tidak luput dari segala kekurangan dan keterbatasan yang ada, untuk itu saran dan kritik selalu penulis harapkan untuk kemajuan penulis di kemudian hari. Namun, penulis berharap semoga sumbangan pemikiran yang penulis sampaikan bisa bermanfaat bagi pembaca semua.

Yogyakarta, 12 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'S' followed by a series of vertical and horizontal strokes, ending in a small 'a'.

Louris Rico Fedryan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. <i>Brand Ambassador</i>	11
2. <i>Brand Personality</i>	14
3. <i>Brand Image</i>	16
4. <i>Purchase Intention</i>	18
B. Penelitian Terdahulu Dan Hipotesis Penelitian.....	20
1. Pengaruh antara <i>brand ambassador</i> dan <i>brand image</i>	20
2. Pengaruh antara <i>brand personality</i> dan <i>brand image</i>	22
3. Pengaruh antara <i>brand image</i> dan <i>purchase intention</i>	24
4. Pengaruh antara <i>brand ambassador</i> dan <i>purchase intention</i>	26

5. Pengaruh antara <i>brand personality</i> dan <i>purchase intention</i>	28
6. Pengaruh antara <i>brand ambassador</i> terhadap <i>purchase intention</i> melalui <i>brand image</i>	30
7. Pengaruh antara <i>brand personality</i> terhadap <i>purchase intention</i> melalui <i>brand image</i>	34
C. Model Penelitian	37
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
A. Pendekatan Penelitian	39
B. Subjek dan Objek	40
1. Objek.....	40
2. Subjek	40
C. Jenis Data dan Teknik Pengambilan Sampel	40
1. Jenis Data.....	40
2. Teknik Pengambilan Sampel	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	44
F. Uji Kualitas Instrumen	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Realibilitas	46
G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	47
1. <i>Path Analysis</i>	47
2. Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>)	49
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
1. Gambaran Objek Penelitian	51
2. Deskripsi Responden Penelitian.....	53
B. Uji Kualitas Instrumen	57
C. Statistik Deskriptif	60
D. Uji Hipotesis dan Hasil Penelitian	64
E. Pembahasan.....	75
BAB V	89
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	89
A. Simpulan	89
B. Keterbatasan Penelitian.....	90

C. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertimbangan dalam Memilih Platform E-commerce untuk Berbelanja (%) (Semester 1 2021)	4
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	37
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas I	68
Gambar 3.3 Uji Heteroskedastisitas II.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengkut Situs Belanja Fashion Local Di Instagram	3
Tabel 2.1 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image.....	21
Tabel 2.2 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Brand Personality terhadap Brand Image	23
Tabel 2.3 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli	25
Tabel 2.4 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli	27
Tabel 2.5 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Brand Personality terhadap Minat Beli	29
Tabel 2.6 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Brand Ambassasdor terhadap Minat Beli dimediasi Brand Image	31
Tabel 2.7 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Brand Personality terhadap Minat Beli dimediasi Brand Image	35
Tabel 3.1 Pilihan dan Skala	44
Tabel 3.2 Ringkasan Operasional Variabel	44
Tabel 4.1 Profil Responden.....	54
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas 30 Sampel	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas 168 Sampel	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas 30 Sampel.....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas 168 Sampel.....	60
Tabel 4.6 Interpretasi Kelas Interval	61
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Brand Ambassador	61
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Brand Personality	62
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Brand Image	63
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Minat Beli	63
Tabel 4.11 Uji Normalitas I	65
Tabel 4.12 Uji Normalitas II.....	65
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas I	66
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas II.....	67
Tabel 4.17 Uji Regresi Linier Berganda Tahap I.....	70
Tabel 4.18 Uji Regresi Linier Berganda Tahap II	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Sobel I	74
Tabel 4.20 Hasil Uji Sobel II	74
2021)	4

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	99
Lampiran 2 Klasifikasi Responden.....	104
Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	105
Lampiran 4 Statistik Deskriptif.....	113
Lampiran 5 Uji Path Analisis.....	119
Lampiran 6 Halaman Persetujuan dan Pengesahan.....	123