

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, CITRA MEREK, IKLAN
TELEVISI, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MIE INSTAN
MEREK LEMONILO**

(Studi pada Konsumen di Kabupaten Ciamis)

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE,
TELEVISION ADVERTISEMENT, AND TASTE ON CONSUMER
PURCHASE DECISION ON LEMONILO BRAND INSTANT
NOODLE PRODUCTS***

(Studies on Consumers in Ciamis Regency)

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

IKHSAN KAMIL AMINUDIN

20190410071

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ikhsan Kamil Aminudin

Nomor Mahasiswa : 20190410071

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, CITRA MEREK, IKLAN TELEVISI, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MIE INSTAN MEREK LEMONILO (Studi Pada Konsumen di Kabupaten Ciamis)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 20 Desember 2022



Ikhsan Kamil Aminudin

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Allah pasti akan mengangkat orang-orang yang beriman dan berpengetahuan
diantaramu beberapa tingkat lebih tinggi”

(QS. Al-Mujadilla: 11)

“Jangan kamu merasa lemah dan jangan bersedih, sebab kamu paling tinggi
derajatnya jika kamu beriman”

(QS. Ali Imran: 139)

“Jadilah anak yang berbakti dan membanggakan orang tua”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam. Sujud syukur dan rasa terimakasih kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia, serta kemudahan dan kelancaran yang diberikan untuk menyelesaikan karya ini sehingga dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Shalawat serta salam saya panjatkan pada junjungan dan suri tauladan Nabi Muhammad SAW Atas ridho Allah SWT Kupersembahkan karya sederhana ini untuk orang-orang yang paling berharga dalam hidup ini, yaitu:

1. Keluarga tercintaku, Bapak, Ibu, Kakak, dan Adek saya ucapkan banyak terimakasih untuk dukungan, nasihat, pengorbanan serta jerih payah selama ini yang telah diberikan kepada saya dalam menjalani perjuangan hidup ini. Terimakasih atas segala doa yang telah diberikan hingga saya dapat berada disini.
2. Keluarga besarku yang telah mendukung saya untuk selalu bersemangat dalam menjalani perkuliahan, terimakasih karena selalu mendukung dimanapun dan kapanpun.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi.Wabarakatuh.

Allhamdulillah Robbil'Alamin, Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador*, Citra Merek, Iklan Televisi, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mie Instan Merek Lemonilo (Studi Pada Konsumen di Kabupaten Ciamis)” dengan lancar.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis memiliki topik ini dengan harapan dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi PT Lemonilo Indonesia Sehat untuk dapat meningkatkan penjualan, serta memberikan ide pengembangan untuk penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. 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 Wahyuningsih, SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dosen pembimbing, Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., MM. yang telah mendidik dan memberikan waktu serta ilmunya untuk membimbing saya, terimakasih atas saran, arahan serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini. Dan tak lupa untuk semua keluarga besar dosen Manajemen UMY dan almamater UMY tercinta. Semoga ilmu dan pengalaman yang sudah diberikan bisa dikenang dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.
4. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Terimakasih kepada masyarakat Kabupaten Ciamis atas waktunya untuk membantu dalam penelitian ini, semoga Allah membalas semua kebaikan.
6. Sahabat-sahabat tersayangku yang telah menemani perjalanan selama perkuliahan ini yang selalu ada disetiap keluh kesah dan tawaku selama kuliah ini, senang dan bersyukur rasanya bisa bertemu teman-teman baik seperti kalian semua, terimakasih atas semua waktu yang berharga ini.
7. Terimakasih untuk semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini, yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda atas kebaikan yang telah diberikan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran membangun dari pembaca sangat diharapkan oleh penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi pembaca umumnya dan bagi penulis khususnya.

Wassalaamu'alaikum Wa Rahmatullaahi Wa Barakaatuh

Yogyakarta, 20 Desember



Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
B. Hasil Penelitian Terdahulu	32
C. Pengembangan Hipotesis	46
D. Model Penelitian	50
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN	52
A. Subjek dan Objek Penelitian	52
B. Jenis Data	52
C. Teknik Pengambilan Sampel	53
D. Teknik Pengumpulan Data	54

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	54
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data	57
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	59
BAB IV.....	64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	64
B. Uji Kualitas Instrumen Penelitian	70
C. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	80
D. Pembahasan	84
BAB V.....	93
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN,	93
DAN SARAN	93
A. Simpulan	93
B. Keterbatasan Penelitian	94
C. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	51
Gambar 4. 1 Logo PT Lemonilo Indonesia Sehat	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ranking Permintaan Mie Instan di Dunia	2
Tabel 1. 2 Top Brand Mie Instan Terlaris di Indonesia.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Independen	55
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Dependen	57
Tabel 4. 2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
Tabel 4. 4 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	70
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador	71
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	72
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan Televisi.....	72
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa.....	73
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 11 Kategori Skala Interval.....	76
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Brand Ambassador.....	77
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	77
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif Variabel Iklan Televisi.....	78
Tabel 4. 15 Statistik Deskriptif Variabel Cita Rasa	79
Tabel 4. 16 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	79
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Uji Kelayakan Model (Goodness of fit).....	81
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	103
Lampiran 3. Uji Validasi.....	104
Lampiran 4. Uji Reliabilitas.....	128
Lampiran 5. Statistik Deskriptif Variabel.....	129
Lampiran 6. Uji Regresi Linier Berganda.....	130