

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* PADA MEDIA PROMOSI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *STORE LOLICA* JAKARTA**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**ALDA DWI SEPTI
NPM 062030601447**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2023**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR PADA MEDIA PROMOSI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK STORE LOLICA JAKARTA**



LAPORAN AKHIR

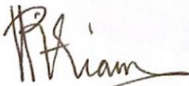
OLEH:

**ALDA DWI SEPTI
NPM 062030601447**

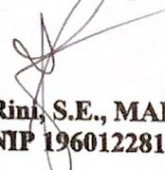
Menyetujui,

Palembang, Agustus 2023

Pembimbing I,



**Purwati, S.E., M.M
NIP 196507111988032002**

Pembimbing II,


**Rini, S.E., MAB
NIP 196012281990032002**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**


**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA.
NIP 1976022222121001**

**Koordinator Program Studi
D. III Administrasi Bisnis,**


**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alda Dwi Septi
NPM : 062030601447
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Brand Ambassador* Pada Media Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Store Lolica Jakarta

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2023

Yang membuat pernyataan,

Alda Dwi Septi
NPM 062030601447

LEMBAR PENGESAHAN



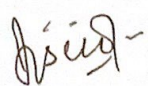
Nama : Alda Dwi Septi
NPM : 062030601447
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Brand Ambassador* Pada Media Promosi
Instagram Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Store Lolica Jakarta

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari:

Tanggal:

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Purwati, S.E., M.M Ketua Penguji		
2.	Dra. Esha Ahadi., M.M Anggota Penguji		
3.	Lisnini, S.E., M.Si Anggota Penguji		

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Masa depan adalah milik mereka yang percaya pada keindahan mimpi mereka ” (Eleanor Roosevelt)

“ Great things are not done by impulse, but by a series of small things brought together ” (Vincent Van Gogh)

Kupersembahkan kepada:

1. **Ibu dan Ayah Tercinta**
2. **Saudara-saudaraku**
3. **Dosen-dosen Administrasi Bisnis**
4. **Teman-teman Seperjuangan
Angkatan 2020**
5. **Almamater Kebanggaan**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan berkat rahmat serta karunia-Nya sehingga Laporan akhir ini dapat terselesaikan dengan lancar. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna menyelesaikan Pendidikan Program Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan akhir ini berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* Pada Media Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Store Lolica Jakarta”. Laporan akhir ini membahas tentang bagaimana pengaruh yang terjadi dalam promosi penjualan menggunakan *brand ambassador* secara online yang diberikan pemilik Lolica.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan maupun kekeliruan dalam penyusunan Laporan Akhir ini. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar dapat menjadi motivasi bagi penulis untuk melakukan hal yang lebih baik selanjutnya.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan karunia dan hidayah-Nya kepada kita semua Aamiin.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis menyadari bahwa penulisan laporan ini terwujud berkat adanya bantuan baik secara moril maupun materil, bimbingan, saran dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, S.T., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB. CPMA., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Ibu Purwati, S.E., M.M selaku Pembimbing I yang telah banyak membantu dalam memberikan saran, masukan dan bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan Laporan akhir ini.
6. Ibu Rini, S.E., MAB selaku Pembimbing II yang telah banyak membantu dalam memberikan saran, masukan dan bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan Laporan akhir ini.
7. Ibu Syakiranola, selaku Pemilik Lolica Jakarta yang telah memberikan izin untuk penelitian.
8. Karyawan Lolica Jakarta, yang telah bersedia membantu penulis dalam pengambilan data.
9. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan bekal ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
10. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sudiyono dan Ibu Reni Yusnita, yang telah sangat membantu penulis dalam pembuatan Laporan akhir serta telah

memberikan kasih sayang, nasihat, dukungan dan doa yang tiada hentinya. Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna.

11. Teman-teman seperjuangan Jurusan Administrasi Bisnis khususnya kelas 6NA yang telah membantu dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan laporan ini.
12. Almamater kami Politeknik Negeri Sriwijaya.
13. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyelesaian laporan ini, yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan akhir ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan karunia dan hidayah-Nya kepada kita semua Aamiin.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

ABSTRAK

PENGARUH BRAND AMBASSADOR PADA MEDIA PROMOSI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK STORE LOLICA JAKARTA

Oleh:
Alda Dwi Septi

Penelitian ini berjudul Pengaruh Brand Ambassador Pada Media Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Store Lolica Jakarta dengan tujuan untuk mengetahui dan melihat bagaimana pengaruh brand ambassador pada Media Promosi Instagram terhadap keputusan pembelian produk Store Lolica. Objek pada penelitian ini adalah Media Instagram dan Konsumen Lolica. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan pengamatan, angket (Kuesioner), dan studi kepustakaan serta Metode analisis data yang digunakan berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, analisis linier sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand ambassador berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Store Lolica Jakarta, hal ini dibuktikan dengan besarnya nilai thitung $5,711 > t_{tabel} 1,990$. Berdasarkan pada uji koefisien determinasi, nilai R square adalah sebesar 0,290, yang artinya 29,0% brand ambassador mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa brand ambassador memiliki hubungan yang erat untuk memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian. Serta Brand Ambassador berpengaruh untuk menjadi media promosi untuk meningkatkan omzet penjualan. Pemilik Store Lolica diharapkan dapat terus mempertahankan penggunaan Brand Ambassador sebagai upaya menarik minat beli serta meningkatkan promosi penjualan dengan cara memanfaatkan media sosial lainnya.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Instagram, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR ON INSTAGRAM PROMOTIONAL MEDIA ON PURCHASE DECISIONS OF STORE LOLICA JAKARTA PRODUCTS

By:
Alda Dwi Septi

The purpose of this research is to find out and see how the influence of brand ambassadors on Instagram Promotion Media has on purchasing decisions for Store Lolica products. The objects in this study are Instagram Media and Lolica Consumers. Methods of data collection in this study using observation, questionnaires (questionnaire), and literature study and data analysis methods used in the form of validity test, reliability test, correlation test, simple linear analysis and hypothesis testing. The results of this study indicate that brand ambassadors have an influence on purchasing decisions for Store Lolica Jakarta products, this is evidenced by the large value of $t_{count} 5.711 > t_{table} 1.990$. Based on the coefficient of determination test, the R square value is 0.290, which means that 29.0% of brand ambassadors are able to influence purchasing decisions. In addition, brand ambassadors have a fairly close relationship with purchasing decisions. This shows that brand ambassadors have a close relationship to influence purchasing decisions. As well as influential Brand Ambassadors to become promotional media to increase sales turnover. Store Lolica owners are expected to continue to use Brand Ambassadors as an effort to attract buying interest and increase sales promotions by utilizing other social media

Keywords: *Brand Ambassador, Instagram, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
1.4.2.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2.1 Manfaat Praktis	6
1.5 Metode Penelitian.....	7
1.5.1 Pendekatan Penelitian	7
1.5.2 Jenis data dan Sumber Data	7

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	8
1.5.4 Populasi dan Sampel	9
1.6 Hipotesis Penelitian	11
1.7 Definisi Variabel Oprasional Penelitan	11
1.8 Skala Pengukuran Variabel	13
1.9 Metode Analisis Data	14
1.9.1 Metode Deskriptif Kualitatif.....	15
1.9.2 Metode Deskriptif Kuantitatif	15
1.9.3 Uji Instrumen	16
1.9.3.1 Uji Validitas	16
1.9.3.2 Uji Reliabilitas	16
1.9.4 Koefisien Korelasi	17
1.9.5 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	17
1.9.6 Uji Hipotesis	18
1.9.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	18
1.9.6.2 Uji Koefisien Determinasi.....	19

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	20
2.2 Komunikasi Pemasaran	21
2.3 Instagram	25
2.3.1 Pengertian Instagram	25
2.3.3 Fitur Instagram	26
2.4 Perilaku Konsumen.....	29
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	29
2.4.2 Faktor Perilaku Konsumen	29
2.5 Brand Ambassador	33
2.5.1 Pengertian Brand Ambassador	33
2.5.2 Fungsi dan Manfaat Brand Ambassador	34
2.5.3 Indikator Brand Ambassador.....	35
2.6 Keputusan Pembelian	36
2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	36
2.6.2 Proses Keputusan Pembelian.....	38

2.6.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	43
2.7 Penelitian Terdahulu.....	44
2.8 Kerangka Berfikir	48

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Lolica Jakarta	49
3.2 Visi, Misi dan Moto Lolica Jakarta	51
3.2.1 Visi Lolica Jakarta.....	51
3.2.2 Misi Lolica Jakarta.....	51
3.3 Profil Perusahaan.....	51
3.3.1 Profil Lolica Store	51
3.3.2 Logo Lolica Store.....	53
3.4 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	54
3.4.1 Struktur Organisasi.....	55
3.4.2 Pembagian Tugas.....	55
3.4.3 Strategi Pemasaran Lolica	57
3.5 Media Promosi.....	59
3.6 Identitas Responden.....	64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	67
4.2 Pembahasan	91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Potensial Lolica.....	4
Tabel 1.2 Operasional Variabel	12
Tabel 1.3 Skala Likert	13
Tabel 1.4 Kriteria Capaian Responden	14
Tabel 1.5 Hubungan Antar Variabel	17
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumen dan Followers.....	65
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.1 Jawaban Responden Terhadap Hanami Wang Sebagai Brand Ambassador Memiliki Reputasi Yang Baik	68
Tabel 4.2 Jawaban Responden Terhadap Hanami Wang Memiliki Reputasi Yang Baik Sebagai Brand Ambassador	69
Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap Hanami Wang Telah Berhasil Memberi Kepercayaan Kepada Konsumen	71
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Hanami Wang Sebagai Brand Ambassador Telah Menginformasikan Produk Dengan Baik	72
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Hanami Wang Memiliki Banyak Pengalaman Dalam Mempromosikan Produk	73
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Hanami Wang Mempunyai Keterampilan Dalam Mempromosikan Produk Lolica.....	74
Tabel 4.7 Data Tabulasi Brand Ambassador.....	75
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Ketertarikan Pada Produk Lolica	77
Tabel 4.9 Jawaban Responden Terhadap Faktor Pendorong Pembelian Produk Lolica	77
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Pertimbangan Dalam Membeli Produk Lolica	78

Tabel 4.11	Jawaban Responden Terhadap Pencarian Informasi Produk Lolica	79
Tabel 4.12	Jawaban Responden Terhadap Keyakinan Dalam Membeli Produk Lolica	80
Tabel 4.13	Jawaban Responden Terhadap Waktu Yang Dibutuhkan Dalam Pembelian Produk Lolica	81
Tabel 4.14	Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Setelah Membeli Produk	82
Tabel 4.15	Rekapitulasi Capaian	83
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador (X)	84
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	85
Tabel 4.18	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Ambassador (X)	86
Tabel 4.19	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	86
Tabel 4.20	Koefisien Korelasi Antar Variabel X dan Y	87
Tabel 4.21	Hasil Uji Regresi Sederhana	88
Tabel 4.22	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	89
Tabel 4.23	Hasil Uji Koefisien Determinasi	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Brand Ambassador Lolica	2
Gambar 2.1 Proses Dalam Keputusan Pembelian	42
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	48
Gambar 3.1 Logo Lolica Jakarta	53
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Lolica	55
Gambar 3.3 Spanduk Lolica Jakarta	59
Gambar 3.4 Media Sosial Lolica Jakarta	60
Gambar 3.5 Celebgram Endorsement Lolica.....	61
Gambar 3.6 Penjualan Brand Lolica.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Rekomendasi Ujian Laporan Akhir (LA)
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Pembimbing II
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 8 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 9 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 10 Display Jawaban 30 Responden
- Lampiran 11 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 12 Display Jawaban 82 Responden
- Lampiran 13 Hasil Analisis Output SPSS 22 (Frekuensi Table)
- Lampiran 14 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 15 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana
- Lampiran 16 r tabel dan t tabel