

**PENGARUH DIMENSI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK EMINA (STUDI
KASUS MAHASISWI JURUSAN BAHASA INGGRIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

**VENIA ANANTI FIDIAMTIZ
NPM 061630600456**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
TAHUN 2019**

**PENGARUH DIMENSI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK EMINA (STUDI
KASUS MAHASISWI JURUSAN BAHASA INGGRIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

VENIA ANANTI FIDIAMTIZ
NPM 061630600456

Menyetujui,

Pembimbing I,

Dr. Paisal, S.E. M.Si.
NIP 1971090420050110001

Palembang, Juli 2019
Pembimbing II,

Gst. Ayu Oka Windarti, S.E., MM.
NIP 196003271990032001

Mengetahui
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Dr. A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M
NIP 196008061989101001



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

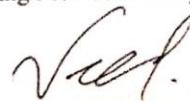
Nama : Venia Ananti Fidiamtiz
NPM : 061630600456
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Dimensi *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Bahasa Inggris) Politeknik Negeri Sriwijaya.

Dengan ini menyatakan bahwa:

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

Palembang, Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan,



Venia Ananti Fidiamtiz
NPM 061630600456

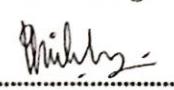
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Venia Ananti Fidiamtiz
NPM : 061630600456
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Dimensi *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Bahasa Inggris) Politeknik Negeri Sriwijaya.

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

Pada Hari: Jumat

Tanggal: 2 Agustus 2019

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Mariska Z., S.E., M.M</u> Ketua Pengaji	 8-8-2019
2.	<u>Dr. Paisal, S.E., M.Si</u> Anggota Pengaji	 8-8-2019
3.	<u>Hendra Sastrawinata, S.E., M.M</u> Anggota Pengaji	 8-8-2019

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Life and Love isn't about what you gain, it's about what you give.
(Rachel Venning)

Everything will be okay in the end, if its not okay, it's not the end.

Ku Persembahkan Untuk:

- ❖ Mama Tercinta
- ❖ Pakde dan Ibu
- ❖ Mimi dan Papa Gonggag
- ❖ Saudara dan Keluarga
- ❖ Dosen Pembimbingku
- ❖ Sahabat Seperjuangan NIA Polsri 2016
- ❖ Almamater Tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan hidayahnya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan studi pada Jurusan Administrasi Bisnis program studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Laporan Akhir ini berjudul **“Pengaruh Dimensi Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Sriwijaya)**.

Saya menyadari Laporan Akhir ini banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan baik segi penyajian maupun segi pembahasannya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki. Kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan di masa yang akan datang, tentu penulis sambut dengan senang hati.

Akhir kata penulis berharap semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya Jurusan Adminitrasi Bisnis dan Pembaca pada umumnya.

Palembang, Juli 2019

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT berkat rahmat, taufik, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini. Dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini, penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak akan berjalan baik tanpa adanya bimbingan, bantuan, dorongan dan saran serta doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

- 1 Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
- 2 Bapak Dr. A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M. Hum., Res.M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis
- 3 Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
- 4 Bapak Dr. Paisal, S.E. M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing serta mengarahkan sampai terselesainya Laporan Akhir ini.
- 5 Ibu Gst. Ayu Oka Windarti, S.E., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing serta memberikan masukan-masukan sampai tersesainya Laporan Akhir ini.
- 6 Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
- 7 Orang Tuaku tercinta, yang selalu memberikan Doa Restu serta dorongan semangat yang luar biasa.
- 8 Pakde, Ibu, dan keluarga yang telah memberikan semangat dalam penulisan laporan akhir ini.
- 9 Tim 119 (Ayu, Iyen, Abi) yang selalu menemani serta memberikan motivasi dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
- 10 Comey Cawa Gengs (Veren, Puput, Asma, Marinda, Venny BM, dan Nyak) yang telah memberikan saran dan semangat dalam penulisan laporan akhir ini.

11 Teman-teman seperjuangan 6 NA yang selalu memberi masukan dan dorongan semangat yang sangat membantu penulis.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapatkan perlindungan-Nya. Aamiin Yarrobbal'almiin.

Palembang, Juli 2019

Penulis

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Dimensi *brand ambassador* (*Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, dan *Power*) terhadap keputusan pembelian kosmetik Emina, dan untuk mengetahui dimensi yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik Emina. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen wanita yang menggunakan produk Emina. Teknik analisis yang digunakan oleh penulis adalah regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi sebesar 0,612. Artinya variabel independen (*Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, dan *Power*) mempengaruhi keputusan pembelian produk Emina sebesar 61,2% dan 38,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Hasil uji F adalah 37,628 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil uji T untuk dimensi *Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, dan *Power* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Emina. Variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk Emina adalah *Credibility* (X_2). Berdasarkan hasil penelitian penulis memberikan saran agar perusahaan dapat mempertahankan Variabel *Brand Ambassador* yang ada serta meningkatkan variabel *Visibility* untuk meningkatkan keputusan pembelian kosmetik Emina.

Kata kunci: *Brand Ambassador* dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influence of the dimensions brand ambassador (Visibility, Credibility, Attraction, and Power) against the decision on purchasing of Emina cosmetics, and dimensions the most influence on purchasing decision Emina cosmetics. The population in this study are women consumers who buy Emina cosmetics. Analysis Technique used by researchers is a double linear regression using SPSS Program (Statistical Product and Service Solution) version of 22. The results of this research show that the determination of the coefficient of 0,612. Its mean that the independent variable (Visibility, Credibility, Attraction, and Power) affects the purchasing decisions of Emina cosmetics 61,2 % and 38,8% affected by other variables that are not analyzed in this study. F test result is 37,628 a significant level of $0,000 < 0,05$. T Test results to dimensions Visibility, Credibility, Attraction, and Power to significant effect against the decision of the purchase of Emina cosmetics. The most dominant variable influencing purchasing decision is Credibility (X2). Based on the result of the research the author give advice for the company to maintain Brand Ambassador and improve visibility to improve decisions of purchasing emina cosmetics.

Keywords: Brand Ambassador And purchase decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2	Rumusan Masalah	4
1.3	Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4	Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1	Tujuan Penelitian	4
1.4.2	Manfaat Penelitian.....	5
1.5	Metodologi Penelitian	5
1.5.1	Ruang Lingkup Penelitian	5
1.5.2	Jenis dan Sumber Data	6
1.5.3	Metode Pengumpulan Data	6
1.5.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	7
1.5.5	Operasional Variabel	8
1.5.6	Teknik Pengujian Instrument	11
1.5.7	Analisa Data	12
1.5.8	Uji Asumsi Klasik	1

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.2 <i>Brand Ambassador</i>	17
2.2.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	17
2.2.2 Karakteristik <i>Brand Ambassador</i>	17
2.2.3 Peran <i>Brand Ambassador</i>	18
2.3 Keputusan Pembelian	18
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.3.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18
2.3.3 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	20
2.3.4 Peran dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.....	21

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Perusahaan Emina	23
3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	25
3.2.1 Visi Perusahaan	25
3.2.2 Misi Perusahaan	25
3.3 Struktur Organisasi	25
3.4 Pembagian Kerja	27
3.5 Produk Emina	31
3.6 Profil Responden	33
3.7 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Instrumen.....	42
4.1.1 Uji Validitas	42
4.1.2 Uji Reliabilitas	45
4.2 Analisis Uji Asumsi Klasik	45
4.2.1 Uji Normalitas	45
4.2.2 Uji Multikolinearitas	47
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	48
4.3 Analisis Data	50
4.3.1 Koefisien Determinasi	50
4.3.2 Uji F (Uji Secara Simultan)	51
4.3.3 Uji T (Uji Secara Parsial)	52
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda	67
4.4 Pembahasan	60
4.4.1 Pengaruh Dimensi <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina	60

4.3.2 Dimensi Manakah yang Paling Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina pada Mahasiswi Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Sriwijaya	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 3.1 Struktur Organisasi perusahaan.....	26
Gambar 4.1 Grafik P-P Plot Uji Normalitas Data Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Dependen	46
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot Hasil Uji Heterokedasitas dengan Data Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Dependen	49

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Ukuran Sampel	8
Tabel 1.2 Operasional Variabel	9
Tabel 3.1 Rekapitulasi Jumlah Pengguna Kosmetik Emina	33
Tabel 3.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status.....	34
Tabel 3.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Semester	34
Tabel 3.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	35
Tabel 3.5 Rekapitulasi Jawaban Hasil Kuesioner untuk Dimensi <i>Visibility</i>	35
Tabel 3.6 Rekapitulasi Jawaban Hasil Kuesioner untuk Dimensi <i>Credibility</i>	36
Tabel 3.7 Rekapitulasi Jawaban Hasil Kuesioner untuk Dimensi <i>Attraction</i>	37
Tabel 3.8 Rekapitulasi Jawaban Hasil Kuesioner untuk Dimensi <i>Power</i>	38
Tabel 3.9 Rekapitulasi Jawaban Hasil Kuesioner untuk Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.3 Hasil Uji t Multikolinearitas Variabel bebas.....	48
Tabel 4.4 <i>Model Summary</i>	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik F (Simultan)	51
Tabel 4.6 Hasil Uji T	54
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Berganda	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 2 Lembar kesepakatan bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1
- Lampiran 3 Lembar kesepakatan bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 2
- Lampiran 4 Lembar bimbingan Laporan Akhir pembimbing 1
- Lampiran 5 Lembar bimbingan Laporan Akhir pembimbing 2
- Lampiran 6 Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 7 Lembar Revisi
- Lampiran 8 Tanda Persetujuan Revisi
- Lampiran 9 Lembar kuesioner
- Lampiran 10 Output SPSS
- Lampiran 11 Tabel R
- Lampiran 12 Tabel distribusi F
- Lampiran 13 Tabel distribusi T