

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP MINAT BELI PADA  
PRODUK *SMARTPHONE* OPPO DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



**LAPORAN AKHIR**

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

**OLEH:**

**YULIANA  
NPM 0617 3060 1116**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**

**PALEMBANG**

**2020**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI PADA  
PRODUK SMARTPHONE OPPO DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



**LAPORAN AKHIR**

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

**OLEH:**

**YULIANA  
NPM 061730601116**

**Menyetujui,**

**Palembang, 2020**

**Pembimbing I**

**Heri Setiawan, S.E., M.AB  
NIP 197602222002121001**

**Pembimbing II**

**Al/Hushori, S.E., M.AB  
NIP 197004142001121001**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**Heri Setiawan, S.E., M.AB  
NIP 197602222002121001**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yuliana  
NPM : 0617 3060 1116  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Marketing (Manajemen Pemasaran)  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli  
Pada Produk *Smartphone* Oppo Dengan *Brand Image*  
Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada  
Mahasiswa 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 saya plagiat/salinan 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, Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan,



Yuliana  
NPM 061730601116

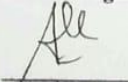
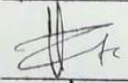
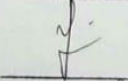
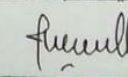
## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Yuliana  
NPM : 061730601116  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Pada Produk *Smartphone* Oppo Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya).

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
Dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jumat  
Tanggal: 02 Oktober 2020

### TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Al Hushori, S.E., M.AB</u> Ketua		05 Oktober 2020
2.	<u>M. Yusuf, S.E., M.Si., Ph.D</u> Anggota		07 Oktober 2020
3.	<u>Dr. Paisal, S.E., M.Si</u> Anggota		05 Oktober 2020
4.	<u>Dr. Neneng Miskiyah, S.E., M.Si</u> Anggota		12 Oktober 2020

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Always Do The Right Thing, Even When The Right Thing Is The Hard Thing”.

-Bryan Stevenson-

“Selalu Melakukan Hal Yang Benar, Bahkan Ketika Hal Yang Benar Adalah Hal Yang Sulit.

-Bryan Stevenson-

### **Kupersembahkan Untuk:**

- Ibunda dan Ayahandaku Tercinta
- Kedua Saudari Saya
- Kedua Dosen Pembimbing
- Semua Pihak Yang Membantu Saya
- Almamater Yang Kubanggakan.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat ALLAH SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya lah kami dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan Laporan Akhir yang berjudul **“Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Pada Produk *Smartphone Oppo* Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya)”** dengan tepat waktu.

Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah untuk memenuhi syarat menyelesaikan studi pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima setiap masukan berupa saran dan kritik yang bersifat membangun dan dapat melengkapi Laporan Akhir ini.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian laporan ini. Penulis berharap agar Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi penulis dan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis.

Palembang, Agustus 2020

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji dan syukur kami ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta Nabi Muhammad SAW sehingga Laporan Akhir (LA) ini dapat diselesaikan tepat waktu. Penulisan Laporan Akhir ini juga terwujud berkat adanya bimbingan, saran, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku coordinator Program Studi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis selama menyelesaikan laporan akhir.
6. Bapak Al Hushori, S.E., M.AB selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis selama menyelesaikan laporan akhir.
7. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Kedua orang tua ku tercinta dan kedua saudari yang senantiasa mendoa'kan dan memberikan bantuan baik moril maupun material serta selalu mencurahkan kasih dan sayangnya.

9. Rekan-rekan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya, khususnya rekan seperjuangan kelas 6 ND yang telah banyak memberi bantuan dan dorongan moril dalam menyusun laporan akhir ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan laporan ini.

Atas segala bantuannya yang telah diberikan oleh semua pihak semoga Allah Swt. memberikan balasan yang berlipat ganda. Akhirnya penulis mengharapkan semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebaik-baiknya.

Palembang, Agustus 2020

Penulis



## ABSTRAK

### **PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK *SMARTPHONE* OPPO DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**

Oleh:  
Yuliana

Latar belakang penelitian ini adalah sebuah fenomena yang terjadi pada produk *Smartphone* Oppo. Oppo merupakan ponsel asal China yang dalam beberapa tahun ini menjadi pembicaraan. Hadirnya *smartphone* merek Oppo seakan menghapus persepsi publik tentang kualitas ponsel China yang sering dipertanyakan. Salah satu strategi promosi yang digunakan *smartphone* Oppo yaitu melalui iklan dengan menggunakan jasa *brand ambassador*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh *brand ambassador* pada minat beli, (2) pengaruh *brand ambassador* pada *brand image*, (3) pengaruh *brand image* terhadap minat beli, (4) pengaruh tidak langsung *brand image* sebagai variabel intervening mempengaruhi hubungan *brand ambassador* dan minat beli. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data penelitian adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya yang merupakan konsumen maupun calon konsumen produk *smartphone* Oppo. Jumlah sampel sebanyak 100 responden, pemilihan sampel menggunakan jenis *simple random sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *brand ambassador* berpengaruh terhadap minat beli, (2) *brand ambassador* berpengaruh terhadap *brand image*, (3) *brand image* berpengaruh terhadap minat beli, (4) *brand image* tidak berpengaruh sebagai variabel intervening antara *brand ambassador* terhadap minat beli.

*Kata Kunci: Brand Ambassador, Brand Image, Minat beli*

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR ON PURCHASE INTENTION IN OPPO SMARTPHONE PRODUCTS WITH BRAND IMAGE AS INTERVENING VARIABLE (CASE STUDY IN SRIWIJAYA STATE POLYTECHNIC STUDENTS)**

By:  
Yuliana

The background of this research was a phenomenon that had been occurring in Oppo Smartphone products. Oppo smartphone is a cellphone from China that has become the topic of conversation in a few years. The presence of Oppo smartphone seemed to erase public perception about quality of Chinese mobile phones. One form of promotional strategy used by Oppo smartphone is through advertising using the brand ambassadors. This research aims to know (1) The influence of brand ambassadors on purchase intentions, (2) the influence of brand ambassadors on brand image, (3) the influence of brand image on purchase intentions, (4) the indirect influence of brand image as an intervening variable affecting the relationship between brand ambassadors and purchase intention. The research method used is quantitative. The research data collection technique was a questionnaire. The population in this study were Sriwijaya State Polytechnic students who were both consumers and potential consumers of Oppo smartphone products. The number of samples was 100 respondents, the sample selection used simple random sampling. This research uses Path Analysis. The results of this research are (1) brand ambassador affects purchase intention, (2) brand ambassador affects brand image, (3) brand image affects purchase intention, (4) brand image has no effect as an intervening variable between brand ambassadors on purchase intention.

*Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Purchase Intention.*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Tujuan .....	7
1.4.2 Manfaat .....	7
1.5 Metodologi Penelitian .....	8
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	8
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data .....	9
1.5.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	9
1.5.5 Operasionalisasi Variabel.....	12
1.5.6 Tabel Operasional Variabel.....	13
1.5.7 Teknik Analisis Data .....	14

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Pemasaran.....	19
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	19
2.1.2 Fungsi Pemasaran .....	20
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	20
2.2 Promosi.....	21
2.2.1 Pengertian Promosi.....	21
2.2.2 Tujuan Promosi .....	22
2.2.3 Bauran Promosi .....	23
2.3 Brand Ambassaor.....	24
2.3.1 Pengertian Brand Ambassador .....	24
2.3.2 Manfaat Penggunaan Brand Ambassador .....	25
2.3.3 Dimensi Brand Ambassador.....	25
2.4 Citra Merek (Brand Image) .....	27
2.4.1 Pengertian Brand Image.....	27
2.4.2 Dimensi Brand Image .....	27
2.5 Minat Beli	
2.5.1 Pengertian Minat Beli .....	28
2.5.2 Dimensi Minat Beli.....	29

## **BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	30
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	30
3.1.2 Budaya dan Filosofi .....	31
3.1.3 Produk Smartphone Oppo	
3.2 Visi, Misi, dan Moto Perusahaan .....	32
3.2.1 Visi Perusahaan .....	32
3.2.2 Misi Perusahaan .....	32
3.2.3 Logo/Moto Perusahaan .....	32
3.3 Karakteristik Responden	
3.3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
3.3.2 Responden Berdasarkan usia.....	34
3.3.3 Responden berdasarkan Semester .....	34
3.3.4 Responden Berdasarkan Jurusan .....	35
3.3.5 Responden Berdasarkan Program Studi.....	35
3.4 Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Responden .....	37

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Pengujian Instrumen.....	40
4.1.1 Uji Validitas .....	40
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.2 Uji Hipotesisi .....	44
4.1.1 Analisis Jalur ( <i>Path Amalysis</i> ) .....	44
4.3 Pembahasan .....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 <i>Market Share</i> Indonesia Pada Tahun 2016-2018 .....	3
Tabel 1.2 <i>Top Brand Index</i> 2018, 2019, dan 2020 Kategori <i>IT Smartphone</i> .....	4
Tabel 1.3 Distribusi Populasi .....	10
Tabel 1.4 Distribusi Sampel .....	11
Tabel 1.5 Daftar Operasional Variabel .....	13
Tabel 1.6 Ukuran Alternative Pernyataan Kuesioner .....	14
Tabel 1.7 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	17
Tabel 3.1 Produk <i>Smartphone</i> OPPO .....	31
Tabel 3.2 Jenis Kelamin Responden .....	33
Tabel 3.3 Usia Responden .....	34
Tabel 3.4 Semester Responden .....	34
Tabel 3.5 Jurusan Responden .....	35
Tabel 3.6 Program Studi Responden .....	35
Tabel 3.7 Hasil Jawaban Kuesioner Responden .....	37
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> (X) .....	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Minat Beli .....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	48
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Hubungan Langsung dan Tidak Langsung	49

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Diagram Proyeksi Pengguna <i>Smartphone</i> OPPO Di Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Model Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	17
Gambar 3.1 Logo Perusahaan OPPO .....	32
Gambar 4.1 Model Diagram Jalur.....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 2 Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 3 Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 6 Permohonan Surat Pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 7 Jumlah Data Mahasiswa Program DIII dan DIV
- Lampiran 8 Kuesioner
- Lampiran 9 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 11 Analisis Jalur (*Path Analysis*)
- Lampiran 12 Penampilan *Brand Ambassador* Dalam Iklan OPPO



