

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND PERSONALITY,
DAN KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA LEMONILO
(Studi Kasus Konsumen Mie Lemonilo di Kota Surabaya)**



Oleh :

Prasasti Dwi Nita Phalindo

NPM : 19.1.02.12028

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2023

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND PERSONALITY,
DAN KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA LEMONILO
(Studi Kasus Konsumen Mie Lemonilo di Kota Surabaya)**



Oleh :

Prasasti Dwi Nita Phalindo

NPM : 19.1.02.12028

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2023

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND PERSONALITY,
DAN KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA LEMONILO**

(Studi Kasus Konsumen Mie Lemonilo di Kota Surabaya)



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2023

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND PERSONALITY,
DAN KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA LEMONILO**

(Studi Kasus Konsumen Mie Lemonilo di Kota Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun oleh :
PRASASTI DWI NITA PHALINDO
NPM: 19.1.02.12028

Telah dipertahankan di depan
Tim Penguji pada 18 Maret 2023

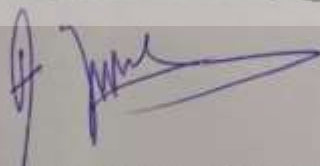
Susunan Tim Penguji :

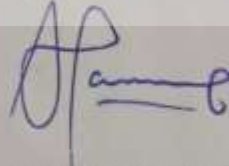
Ketua : Dr. Triyonowati, M.Si.
Anggota : 1. Okto Aditya Suryawirawan, S.M., M.S.M.
2. Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima
Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.


Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA


Dr. Nur Fadjih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : PRASASTI DWI NITA PHALINDO

N.P.M : 19.1.02.12028

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND PERSONALITY, DAN KOREA WAVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LEMONILO (Studi Kasus Konsumen Mie Lemonilo di Kota Surabaya)

Diajukan untuk dipertahankan pada tanggal 18 Maret 2023, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 18 Maret 2023

Yang membuat pernyataan,



PRASASTI DWI NITA PHALINDO

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Prasasti Dwi Nita Phalindo
NPM : 19.1.02.12028
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 19 Maret 2001
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 3 (Tiga)/ 2 (Kedua)
Alamat Rumah : Griya Citra Asri Rm 31/8 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Yusnita
Alamat Rumah/Telepon : Griya Citra Asri Rm 31/8 Surabaya
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Ibu Rumah Tangga

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Negeri Kandangan III Surabaya tahun 2013
2. Tamat SLTP di SMP Wijaya Putra Surabaya tahun 2016
3. Tamat SLTA di SMA Trimurti Surabaya tahun 2019

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2019/2020	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Prasasti Dwi Nita Phalindo

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta dukungan dan doa kedua orang tua, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND PERSONALITY, DAN KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Konsumen Mie Lemonilo di Kota Surabaya)”**.

Penyusunan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang membantu sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Anton Eko Yulianto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktunya, pengarahan, bimbingan serta dukungan

4. Untuk (Almh) Bapak Azwar Phalindo dan Ibu Yusnita selaku orangtua saya yang telah menemani, mendukung, dan selalu ada disamping saya.
5. Bapak dan Ibu Dosen STIESIA, serta para civitas akademika STIESIA Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
6. Untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas segala informasi yang diberikan dukungan serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu diharapkan segala kritik dan saran yang dapat membangun untuk menjadi lebih baik lagi. Akhir kata penulis mengucapkan syukur, serta semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat, pengetahuan kepada seluruh pembaca.

Surabaya, 07 Desember 2022

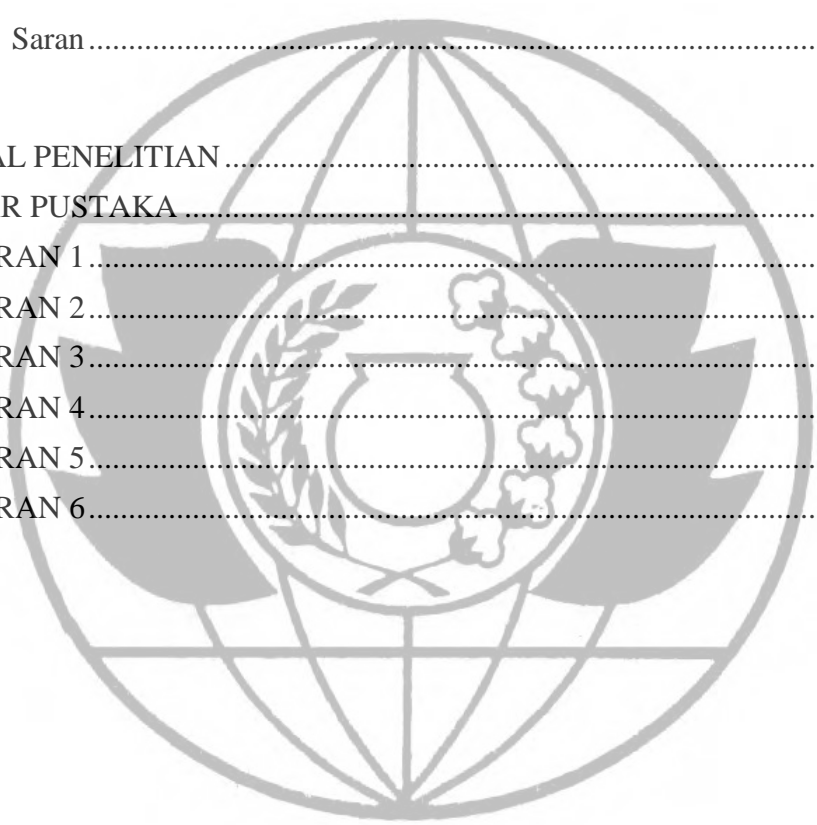
PRASASTI DWI NITA PHALINDO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	12
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1 Tinjauan Teoritis	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.3 Brand Ambassador	15
2.1.4 Brand Personality	19
2.1.5 Korean Wave	21
2.1.6 Keputusan Pembelian	23

2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	26
2.2 Rerangka Konseptual	32
2.3 Pengembangan Hipotesis	32
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	36
3.1.1 Jenis Penelitian	36
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	36
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.3 Teknik Pengambilan Data	38
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data	39
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.1 Variabel Penelitian	41
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	41
3.5 Teknik Analisis Data	44
3.5.1 Uji Instrumen.....	44
3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	47
3.5.4 Uji Kelayakan Model	49
3.5.5 Pengujian Hipotesis (Uji t)	50
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.2 Deskriptif Karakteristik Responden	53
4.1.3 Deskriptif Hasil Penelitian	56
4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	64
4.1.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4.1.7 Uji Kelayakan Model	69
4.1.8 Uji Hipotesis.....	71

4.2	Pembahasan	73
4.2.1	Pengaruh Brand Ambasador Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.2.2	Pengaruh Brand Personality Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.2.3	Pengaruh Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
BAB 5	PENUTUP	77
5.1	Simpulan.....	77
5.2	Keterbatasan Penelitian	78
5.3	Saran.....	78
JADWAL PENELITIAN		81
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN 1		85
LAMPIRAN 2		89
LAMPIRAN 3		98
LAMPIRAN 4		104
LAMPIRAN 5		108
LAMPIRAN 6.....		110



DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1	Penjualan Mie Instan dari Tahun 2017 – 2022.....	2
2	Pendapatan Penjualan Mie Instan di Ecommerce Indonesia Januari- Agustus 2022.....	4
3	Penelitian Terdahulu.....	26
4	Skala Likert.....	40
5	Karakteristik Responden Berkaitan dengan Jenis Kelamin.....	53
6	Karakteristik Responden Berkaitan dengan Usia.....	54
7	Karakteristik Responden dengan Pekerjaan.....	55
8	Interval Kelas.....	56
9	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Ambassador.....	57
10	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Personality.....	58
11	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Korean Wave....	60
12	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	61
13	Hasil Uji Validitas.....	62
14	Uji Reliabilitas.....	62
15	Hasil Uji Multikolinieritas.....	65
16	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
17	Hasil Uji Statistik F.....	70
18	Uji Koefisien Determinasi.....	71
19	Hasil Uji t.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Rerangka Konseptual.....	32
2 Hasil Uji Normalitas P- Plot.....	65
3 Grafik Hasil Uji Heteroskedasititas.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Kuesioner.....	85
2 Hasil Tabulasi.....	89
3 Hasil Ouput SPSS V.26 Statistik Deskrptif.....	98
4 Hasil Ouput SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas.....	104
5 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik.....	108
6 Hasil Output SPSS Uji Kelayakn Model.....	110

