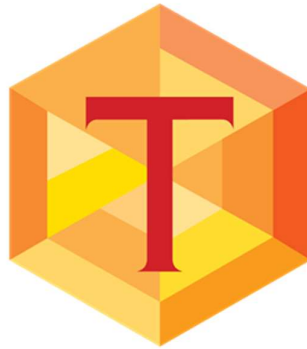


SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA PRODUK SUSU UHT INDOMILK

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan



**POLITEKNIK
TEMPO**

Disusun oleh

Sabiya Nazneen

NIM: 211210010

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL

POLITEKNIK TEMPO

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-15
PENGESAHAN TUGAS AKHIR		

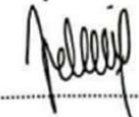
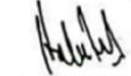
Judul Tugas Akhir : PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA PRODUK SUSU UHT INDOMILK

Nama : Sabiya Nazneen

NIM : 211210010

Tugas Akhir ini telah dinyatakan lulus dalam sidang Tugas Akhir pada 15 Mei 2025 dihadapan penguji dan telah di revisi sesuai catatan Tim Penguji. Karena itu, penulis berhak memperoleh gelar Sarjana Terapan D4 (S.Tr.M) di bidang Manajemen.

Jakarta, 21 Mei 2025

	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Program Studi <u>Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.</u> 0306028803	21/5 2025	
Penguji I <u>Harry Jundrio, S.E., M.M.</u> 0330068302	21/05/2025	
Penguji II <u>Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M.</u> 0312029401	21/5 2025	
Pembimbing I <u>Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.</u> 0304028306	21/5/2025	
Pembimbing II <u>Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.</u> 0306028803	21/5 2025	

Mengetahui,
Direktur Politeknik Tempo



Shalfi Andri, S.P., M.M
 NIDN. 0328087202

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-10
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR		

“IMPLIKASI *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU UHT INDOMILK”

Disusun oleh :

Sabiya Nazneen

211210010

Diterima dan Disetujui untuk dipertahankan pada Ujian Sidang Tugas Akhir

Menyetujui,

Jakarta, 06 Mei 2025

Pembimbing I



Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.
0304028306

Pembimbing II



Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
0306028803

Menyetujui,

Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional



Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
0306028803

PERNYATAAN KARYA SENDIRI

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-16
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Sabiya Nazneen

Tempat/Tanggal lahir : Jakarta, 29 Mei 2003

NIM : 211210010

Program Studi : Manajemen Pemasaran Internasional

Judul Tugas Akhir : Implikasi *Brand Ambassador* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Produk Susu UHT Indomilk

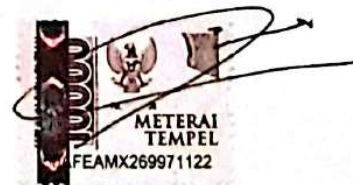
Dosen Pembimbing : 1. Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.
2. Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat benar-benar hasil karya sendiri dan saya bertanggung jawab secara akademis atas apa yang saya tulis.

Pernyataan ini dibuat sebagai salah satu syarat menempuh Ujian Tugas Akhir.

Jakarta, 06 Mei 2025

Mahasiswa Ybs,



Sabiya Nazneen

211210010

PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH



POLITEKNIK TEMPO

Gedung TEMPO Jl. Palmerah Barat No. 8 Jakarta 12210

☎ 021-5360409 ✉ admin@politekniktempo.ac.id

🌐 www.politekniktempo.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Politeknik Tempo, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sabiya Nazneen

NIM : 211210010

Prodi / Angkatan : Manajemen Pemasaran Internasional / 2021

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan Politeknik Tempo, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Tugas Akhir ☐ Laporan Penelitian ☐ Lain-lain (.....)

Yang berjudul : IMPLIKASI BRAND AMBASSADOR DAN BRAND TRUST

TERHADAP PURCHASE DECISION PADA PRODUK SUSU

UHT INDOMILK

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan Politeknik Tempo berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Politeknik Tempo, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Mei 2025

Penulis,



(Sabiya Nazneen)

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA PRODUK SUSU UHT INDOMILK

Persaingan industri makanan dan minuman di Indonesia mendorong perusahaan untuk mengadopsi strategi pemasaran yang kreatif dan efektif. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan adalah penggunaan *brand ambassador*, khususnya figur publik yang memiliki basis penggemar kuat, seperti anggota boyband K-Pop. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador* dan *brand trust* terhadap *purchase decision* produk susu UHT Indomilk, dengan S.Coups, Wonwoo, dan Vernon dari Seventeen sebagai representasi *brand ambassador*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 154 responden yang memenuhi kriteria, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan korelasi parsial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* dan *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*, namun *brand trust* merupakan variabel yang paling dominan. Meskipun persepsi responden terhadap *brand ambassador* sangat positif, pengaruhnya terhadap tindakan pembelian masih lebih rendah dibandingkan kepercayaan terhadap merek. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks pemasaran Indomilk, membangun kepercayaan merek merupakan faktor yang lebih strategis dalam mendorong *purchase decision* konsumen.

Kata kunci: *Brand Ambassador, Brand Trust, Purchase decision, Indomilk*

ABSTRACT

THE IMPACT OF BRAND AMBASSADOR AND BRAND TRUST ON PURCHASE DECISION OF INDOMILK UHT MILK PRODUCTS

The intense competition in the food and beverage industry in Indonesia encourages companies to implement creative and effective marketing strategies. One widely adopted approach is the use of brand ambassadors, particularly public figures with strong fan bases, such as members of K-Pop boybands. This study aims to analyze the influence of brand ambassadors and brand trust on consumers' purchase decisions for Indomilk UHT milk products, with S.Coups, Wonwoo, and Vernon of Seventeen representing the brand ambassador figures. A quantitative method was employed through a survey approach. Data were collected from 154 respondents who met the criteria and were analyzed using multiple linear regression and partial correlation tests.

The results indicate that both brand ambassador and brand trust have a significant effect on purchase decisions, with brand trust being the most dominant factor. Although respondents' perceptions of the brand ambassadors were highly positive, their actual influence on purchase behavior was relatively lower compared to brand trust. These findings suggest that, in the context of Indomilk's marketing strategy, building strong brand trust plays a more strategic role in driving consumer purchase decisions.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Trust, Purchase Decision, Indomilk*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Trust* terhadap *Purchase decision* pada Produk Susu UHT Indomilk”** dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik Tempo.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Shalfi Andri, S.P., M.M. selaku Direktur Politeknik Tempo.
2. Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A. selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan, dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memeriksa dengan teliti serta telah banyak memberikan koreksi dan saran-saran yang diperlukan untuk penulisan skripsi ini, sekaligus Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik Tempo.
4. Harry Jundrio, S.E., M.M. dan Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang banyak memberikan masukan dan pembelajaran yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua penulis, Uma dan Abba, yang senantiasa membimbing, memberikan doa, semangat, dan dukungan moral sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita.
6. Kedua saudari penulis, Nayla dan Biba, yang selalu menyemangati dan memberikan doa. Tante penulis, Aunti Eva, yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk apapun. Dan untuk Jidah, yang doa-nya selalu menyertai penulis hingga akhir hayatnya.
7. Rekan-rekan seperjuangan MPI *Pride* dan seluruh teman-teman Angkatan 2021, yang sama-sama bekerja keras untuk menyelesaikan tugas akhirnya.
8. Teman-teman adik tingkat Politeknik Tempo Angkatan 2022-2023.

9. Seluruh civitas academica Politeknik Tempo.

10. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Sebagai manusia biasa, Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh Penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, Penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritik yang membangun.

Terakhir, harapan Penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Jakarta, 22 Mei 2025

Penulis,

Sabiya Nazneen

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR	iii
PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Perumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kajian Teori	10
1. <i>Purchase decision</i>	10
2. Brand Ambassador	12
3. Brand Trust	14
B. Penelitian Terdahulu	16

C. Kerangka Konseptual Pemikiran	20
D. Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Desain Penelitian	22
1. Variabel Penelitian.....	22
2. Jenis dan Sumber Data	23
3. Jenis Pengumpulan Data.....	23
4. Jenis pengambilan sampel.....	23
B. Definisi Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel.....	25
1. Definisi Variabel.....	25
2. Operasionalisasi Variabel	26
3. Pengukuran Variabel	28
C. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	29
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	29
2. Uji Asumsi Klasik	31
3. Uji Hipotesis.....	32
4. Uji Regresi	33
5. Uji Korelasi	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Deskripsi Profil Responden	35
B. Deskripsi Jawaban Responden.....	37
1. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Ambassador</i>	37
2. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Trust (X2)</i>	40
3. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Purchase decision (Y)</i>	44
C. Hasil Analisis Kuantitatif.....	48
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48

2. Uji Asumsi Klasik	51
3. Uji Hipotesis	54
4. Uji Regresi	55
5. Uji Korelasi	57
D. Pembahasan.....	58
1. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap <i>Purchase decision</i>	58
2. Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Purchase decision</i>	60
E. Keterbatasan Penelitian	61
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Implikasi Penelitian	63
C. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pangsa Pasar Susu Tahun 2023 Sumber : Paparan Publik PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company (2023)	2
Gambar 1. 2 Produksi Susu Segar 2021-2023 Sumber : Badan Pusat Statistik (2024)	2
Gambar 1. 3 Komparasi Brand Index Sumber : Top Brand Award (2024)	3
Gambar 1. 4 S.Coups, Vernon, dan Wonwoo Seventeen sebagai Brand Ambassador Indomilk Sumber : Marketing-Interactive (2024)	6
Gambar 1. 5 Produk Susu Indomilk Korean Authentic Flavour Sumber : Google.com (2024) ..	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Pemikiran sumber: Data diolah (2024)	20

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase Komparasi Brand Index	3
Tabel 1. 2 Top Brand Index Susu Cair Dalam Kemasan.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert.....	28
Tabel 3. 3 Standar Hasil Uji Korelasi Parsial.....	34
Tabel 4. 1 Profil Responden	36
Tabel 4. 2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Brand Ambassador (X1).....	37
Tabel 4. 3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Brand Trust (X2)	40
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Purchase decision</i> (Y).....	44
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas SPSS	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas SPSS.....	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas SPSS	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas SPSS.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas SPSS	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Autokorelasi SPSS.....	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji T SPSS	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda SPSS.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Koefisien Determinasi SPSS	56
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Korelasi Parsial SPSS X1-Y.....	57
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Korelasi Parsial SPSS X2-Y.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis	74
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Skripsi.....	75
Lampiran 3 Hasil Cek Plagiasi Penelitian.....	77
Lampiran 4 Bukti Submit Jurnal	81
Lampiran 5 Bulir Pernyataan Kuisiонер.....	81
Lampiran 6 Unggahan dan Pesan Twitter dalam Upaya Mencari Responden Kuisiонер	83
Lampiran 7 Tanggapan Responden pada Kuisiонер Online (Google Form).....	83
Lampiran 8 Tabulasi Data Variabel Brand Ambassador (X1)	93
Lampiran 9 Tabulasi Data Variabel Brand Trust (X2)	97
Lampiran 10 Tabulasi Data Variabel Purchase decision (Y)	101
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Brand Ambassador (X1).....	106
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Brand Trust (X2).....	107
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Purchase decision (Y)	109
Lampiran 14 Hasil Uji Reliabilitas SPSS Variabel Brand Ambassador (X1)	110
Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas SPSS Variabel Brand Trust (X2).....	111
Lampiran 16 Hasil Uji Reliabilitas SPSS Variabel Purchase decision (Y).....	111
Lampiran 17 Hasil Uji Normalitas SPSS	111
Lampiran 18 Hasil Uji Multikolinearitas SPSS	112
Lampiran 19 Hasil Uji Heterokedastisitas SPSS.....	112
Lampiran 20 Hasil Uji Autokorelasi SPSS	112
Lampiran 21 Hasil Uji Parsial SPSS	113
Lampiran 22 Uji Analisis Linier Berganda SPSS	113
Lampiran 23 Hasil Koefisien Determinasi SPSS.....	113
Lampiran 24 Hasil Uji Korelasi Parsial SPSS	114
Lampiran 25 Tabel Durbin-Watson (DW)	115