

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, *BRAND PERSONALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
NATURE REPUBLIC
(Studi Kasus Pada Konsumen Nature Republic di Purwokerto)**



SKRIPSI

**AMALIA PRADIPTANINGTYAS
1802010298**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2022**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, *BRAND PERSONALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*NATURE REPUBLIC***

(Studi Kasus Pada Konsumen Nature Republic di Purwokerto)



SKRIPSI

Skripsi diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

**AMALIA PRADIPTANINGTYAS
1802010298**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, *BRAND PERSONALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
NATURE REPUBLIC
(Studi Kasus Pada Konsumen Nature Republic di Purwokerto)**



SKRIPSI

AMALIA PRADIPTANINGTYAS

1802010298

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



Dr. Erny Rachmawati, S.E, M.M

NIK. 2160122

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Yang Diajukan Oleh :

Nama : Amalia Pradiptaningtyas
NIM : 1802010298
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Brand Personality Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic (Studi Pada Konsumen Nature Republic Di Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Erny Rachmawati S.E.,M.M
Anggota 1 : Dra. Tri Septin Muji R, M.Si
Anggota 2 : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si

()
()
()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal :

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis




Dr. Maslani Tubastuvi, S.E. M.Si.

NIK.216087

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amalia Pradiptaningtyas
NIM : 182010298
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua bersumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan.

Purwokerto, 12 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Amalia Pradiptaningtyas

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademis Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Amalia Pradiptaningtyas
NIM : 1802010298
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non – Exclusive Royalty – Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, BRAND PERSONALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *NATURE*

***REPUBLIC* (Studi Kasus Pada Konsumen *Nature Republic* di Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 12 Juli 2022



Amalia Pradiptaningtyas

HALAMAN MOTO

“ Tidak ada balasan untuk kebaikan selain kebaikan (pula) “

Ar-Rahman : 60

“ *Being thankful and giving thanks is one of thr keys to be happy* ”

- Mark Lee



HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini saya persembahkan untuk
Kedua orang tua saya, Ibu dan Bapak
Serta kedua adik saya

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada ALLAH SWT atas segala rahmat dan berkat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul Pengaruh *Brand Ambassador, Brand Image, Brand Personality* Terhadap Keputusan Pembelian *Nature Republic* (Studi Kasus Pada Konsumen Nature Republic di Purwokerto). Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan sehingga saya mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Skripsi ini berhasil disusun berkat bantuan yang diperoleh dari berbagai pihak, baik bantuan moril maupun materil. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Dr. Naelati Tubastuvi, S.E. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
- 2) Drs. Suyoto, M.S Ketua Program Studi Pendidikan Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
- 3) Hengky Widhiandono, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan waktu dan tenaga untuk membimbing saya dari semester 1.

- 4) Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
- 5) Dra. Tri Septin Muji R, S.E., M.Si yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Ekonomi.
- 6) M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Ekonomi.
- 7) Ibu dan Bapak yang paling berperan dan mendoakan serta mendukung penulisan skripsi saya.
- 8) Sahabat dan teman-teman yang sama-sama berjuang menyelesaikan skripsi, yang selalu saling mendukung dan memberikan semangat.
- 9) Mark, Jaemin dan Jisung *for being part of my journey.*
- 10) *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me at all times.*

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembang ilmu.

Purwokerto, Juli 2022

Amalia Pradiptaningtyas

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, *BRAND PERSONALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NATURE REPUBLIC (STUDI
PADA KONSUMEN NATURE REPUBLIC DI PURWOKERTO)

Amalia Pradiptaningtyas¹, Dr. Erny Rachmawati S.E., M.Si²

^{(1) (2)} **Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Bisnis**

Universitas Muhammadiyah

amaliatyas6690@gmail.com¹ ernyrachmawati67@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador*, *brand image*, dan *brand personality* terhadap keputusan pembelian Nature Republic di Purwokerto. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria diperoleh sebanyak 110 responden dengan teknik pengambilan data melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan alat analisis SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* dan *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Nature Republic di Purwokerto, sedangkan *brand personality* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Nature Republic di Purwokerto.

Kata kunci : *brand ambassador*, *brand image*, *brand personality*, keputusan pembelian

THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, BRAND
PERSONALITY ON NATURE REPUBLIC PURCHASE DECISIONS (STUDY
ON NATURE REPUBLIC CONSUMERS IN PURWOKERTO)

Amalia Pradiptaningtyas¹, Dr. Erny Rachmawati S.E., M.Si²

(1) (2) **Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Bisnis**

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

amaliatyas6690@gmail.com¹ ernyrachmawati67@gmail.com²

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of brand ambassadors, brand image, and brand personality on purchasing decisions for Nature Republic in Purwokerto. The sample selection conducted using purposive sampling method. Based on the criteria obtained as many as 110 respondents with data collection techniques through questionnaires. This research uses multiple linear regression analysis with SPSS analysis tool. The results showed that brand ambassadors and brand image had a positive effect on purchasing decisions for Nature Republic in Purwokerto, while brand personality had no positive effect on purchasing decisions for Nature Republic in Purwokerto.

Key words : brand ambassador, brand image, brand personality, purchase decisions

DAFTAR ISI

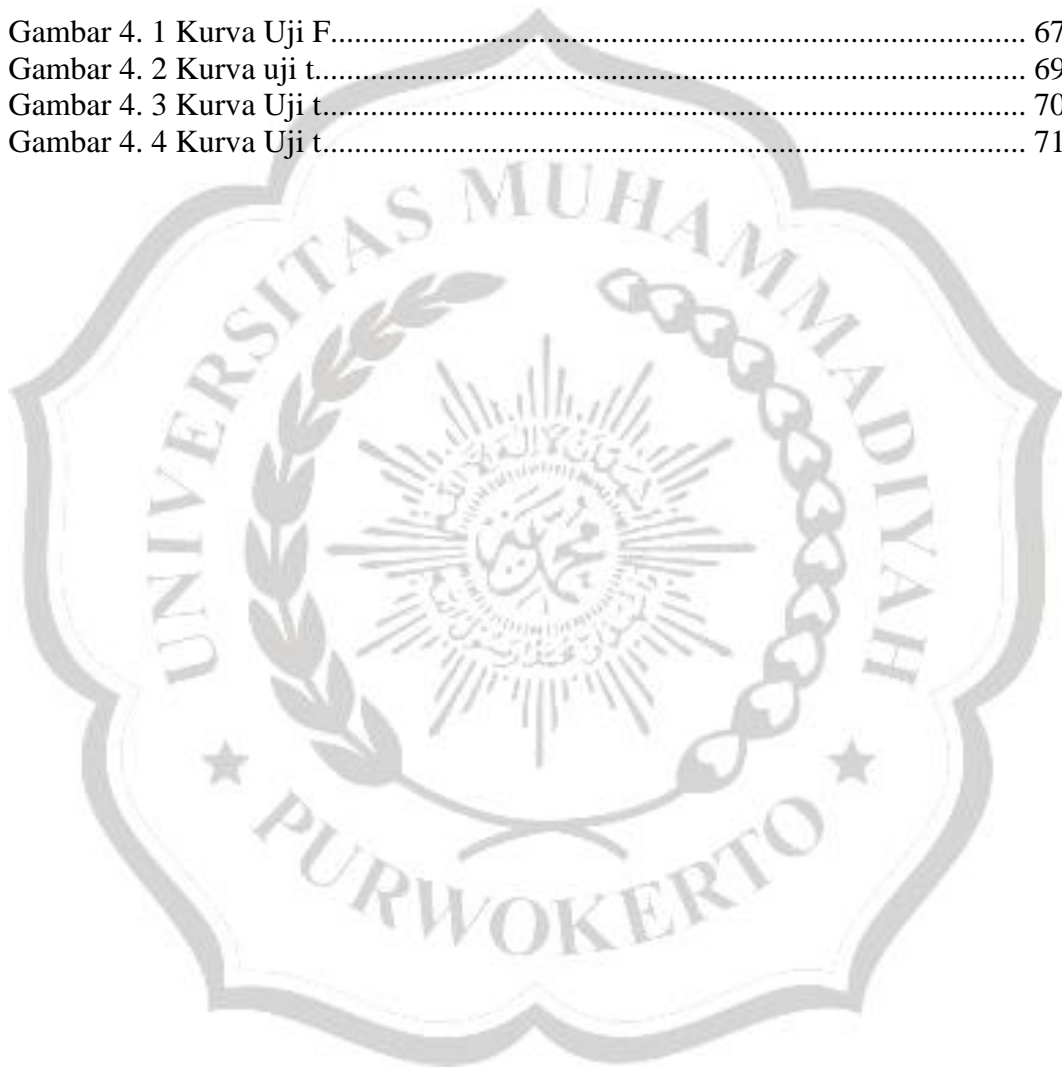
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
HALAMAN MOTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Hasil Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis.....	26
BAB III Metode Penelitian	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Populasi dan Sampel	27
C. Teknik Pengambilan Data	29
D. Variabel Penelitian	30

E. Definisi Oprasional Variabel.....	31
F. Metode Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Hasil Penelitian	43
B. Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP	77
A. Simpulan	77
B. Keterbatasan dan Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penjualan Kosmetik.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4. 1 Kurva Uji F.....	67
Gambar 4. 2 Kurva uji t.....	69
Gambar 4. 3 Kurva Uji t.....	70
Gambar 4. 4 Kurva Uji t.....	71



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1.....	19
Tabel 3. 1.....	31
Tabel 4. 1.....	45
Tabel 4. 2.....	46
Tabel 4. 3.....	46
Tabel 4. 4.....	47
Tabel 4. 5.....	48
Tabel 4. 6.....	49
Tabel 4. 7.....	51
Tabel 4. 8.....	52
Tabel 4. 9.....	54
Tabel 4. 10.....	56
Tabel 4. 11.....	56
Tabel 4. 12.....	57
Tabel 4. 13.....	58
Tabel 4. 14.....	59
Tabel 4. 15.....	60
Tabel 4. 16.....	61
Tabel 4. 17.....	62
Tabel 4. 18.....	63
Tabel 4. 19.....	65
Tabel 4. 20.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Data Responden.....	92
Lampiran 3 Karakteristik Responden	97
Lampiran 4 Nilai Rata-Rata Butir Pertanyaan Kuesioner.....	99
Lampiran 5 Data Penelitian Jawaban Responden	102
Lampiran 6 Uji Validitas Dan Reliabilitas	116
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	123
Lampiran 8 Analisis Regresi Linear Berganda dan Hipotesis	125

