

**PENGARUH IKLAN DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

Oleh :

**Jeremia Kuswanda**

**21180063**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**APRIL 2022**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





**PENGESAHAN**

**PENGARUH IKLAN DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

**Diajukan Oleh:**

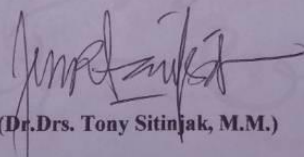
**Jeremia Kuswanda**

**21180063**

**Jakarta, 14 April 2022**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**



**(Dr.Drs. Tony Sitinjak, M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2022**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## PENGESAHAN

# PENGARUH IKLAN DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG

Diajukan Oleh:

**Jeremia Kuswanda**

**21180063**

**Jakarta, 14 April 2022**

Disetujui Oleh :

Pembimbing

**(Dr.Drs. Tony Sitinjak, M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2022**

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karna atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Adapun skripsi ini berjudul “Pengaruh Iklan dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Samsung”. Skripsi ini merupakan sebuah tugas akhir yang harus diselesaikan mahasiswa untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan dari beberapa pihak berupa pengarahan, bimbingan, dan dukungan ketika menghadapi beberapa kendala yang terjadi selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Tony Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan pengarahan dalam melaksanakan menyusun skripsi ini hingga selesai dengan tepat waktu.
2. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar penulis selama perkuliahan.
4. Keluarga penulis yang telah memberikan dorongan dan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Emji dan Metiuw selaku teman mahasiswa yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi dengan konsentrasi yang sama.
6. Devi, Felicia, Caroline, Jeje, Deju, Gisel, Natasya, Wahyu, Marcel, Okky, dan Sugi sebagai teman yang selalu ada di setiap saat dan selalu memberikan dukungan dan semangat selama penyusunan skripsi.





7. Syane selaku teman mahasiswi yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama penyusunan skripsi.

8. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penyusunan laporan magang ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari juga bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, maka dari itu peneliti memohon maaf atas kekurangan dan keterbatasan yang terdapat pada skripsi ini. Penulis sangat terbuka dan menghargai setiap kritik dan saran yang membangun. Peneliti berharap pula skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan informasi atau pengetahuan bagi para pembaca. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, April 2022

Jeremia Kuswanda

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

Jeremia Kuswanda/21180063/2021/ Pengaruh Iklan Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung/Pembimbing: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Samsung Galaxy memiliki beberapa kompetitor seperti Xiaomi, Vivo, Oppo, Realme, dan beberapa *smartphone* lainnya, yang dimana Samsung berada pada urutan ke-4 dengan rata-rata sebesar 16% ditahun 2021. Banyaknya merek *smartphone* lain yang dapat menjadi pilihan bagi para konsumen, membuat perusahaan harus mampu berinovasi lebih lagi dalam memproduksi produk barunya ataupun mengembangkan produk lamanya. Pada tanggal 11 Agustus 2021 pihak Samsung menayangkan sebuah iklan, dan dibintangi oleh grup *boyband* asal Korea bernama Bangtan Sonyeondan atau disingkat menjadi BTS yang merupakan *boyband* terpopuler di dunia yang dijadikan sebagai salah *brand ambassador* Samsung, dan iklan tersebut sudah di tonton sebanyak 6,7 juta kali.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah teori mengenai iklan, *brand ambassador* dan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, iklan dan *brand ambassador* merupakan variabel independen, sedangkan keputusan pembelian merupakan variabel dependen.

Objek yang diteliti adalah Samsung dan subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk brand Samsung. Penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersifat primer, yaitu data berasal dari pengumpulan jawaban kuesioner yang digunakan untuk keperluan analisis dan pengolahan data. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi berganda melalui program *IBM SPSS Statistics 20*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa iklan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *brand ambassador* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa (1) iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung, (2) *brand ambassador* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

Kata kunci: Iklan, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian.

Copyright © 2021 by Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRACT

Jeremia Kuswanda/21180063/2021/ Influence of Advertising and Brand Ambassadors on Samsung Smartphone Purchase Decisions/Advisor: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Samsung Galaxy has several competitors such as Xiaomi, Vivo, Oppo, Realme, and several other smartphones, where Samsung is in 4th place with an average of 16% in 2021. There are many other smartphone brands that can be an option for consumers, This makes companies have to be able to innovate even more in producing new products or developing old products. On August 11, 2021, Samsung aired an advertisement, starring a Korean boyband group named named Bangtan Sonyeondan or shortened to BTS, which is the most popular boyband in the world who was used as one of Samsung's brand ambassadors, and the ad has been watched 6.7 million times.

The theory used to support this research is the theory of advertising, brand ambassadors and purchasing decisions. In this study, advertising and brand ambassadors are independent variables, while purchasing decisions are the dependent variable.

The object under study is Samsung and the subject in this study are consumers who have bought Samsung brand products. This research is quantitative data that is primary, ie the data comes from the collection of answers to the questionnaire used for the purposes of data analysis and processing. This research was conducted using multiple regression analysis method through the IBM SPSS Statistics 20 program.

The results of this study indicate that advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions, and brand ambassadors have no effect on purchasing decisions.

Based on the results of the study, it can be concluded that (1) advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions for Samsung smartphones, (2) brand ambassadors have no effect on purchasing decisions for Samsung smartphones.

**Keywords:** Advertising, Brand Ambassador, Purchase Decision.





# DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>A.</b> Latar Belakang Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>B.</b> Identifikasi Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>C.</b> Batasan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>D.</b> Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>E.</b> Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>F.</b> Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>A.</b> Landasan Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Iklan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Brand Ambassador .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>B.</b> Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>C.</b> Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>D.</b> Hipotesis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>B.</b> Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>C.</b> Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>D.</b> Variable Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Iklan (X1) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Brand Ambassador (X2) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Keputusan Pembelian (Y) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>E.</b> Teknik Pengambilan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>F.</b> Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>







G.	Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1	Analisis Deskriptif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3	Uji Asumsi Klasik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4	Analisis Regresi Linier Ganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<b>BAB IV HASIL ANALISI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.	Analisis Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1	Analisis Profil Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3	Analisis Variable .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4	Uji Asumsi Klasik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C.	Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.	Simpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.	Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

**Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Peta Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.2 IDC smartphone di Indonesia pada tahun 2021..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.3 Iklan Samsung Galaxy di Youtube ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.1 Logo Samsung ..... **Error! Bookmark not defined.**

© Hak cipta dimiliki IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2 Data Kuesioner.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3 Analisis Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



1. **Harapan** (tidak dapat dilindungi Undang-Undang Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang)  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.