

**ANALISIS KOMPARASI BRAND AMBASADOR DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG DAN SMARTPHONE VIVO
DI KOTA KUPANG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

**Yasinta Alvani Meo
NBI : 1121700009**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

**ANALISIS KOMPARASI BRAND AMBASADOR DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG DAN SMARTPHONE VIVO
DI KOTA KUPANG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

Yasinta Alvani Meo

NBI : 1121700009

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yasinta Alvani Meo

Nbi 1121700009

Judul : ANALISIS KOMPARASI BRAND AMBASADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DAN SMARTPHONE VIVO DI KOTA KUPANG

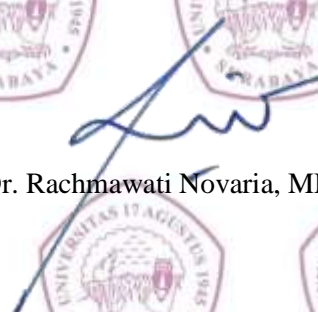
Surabaya, Juli 2021

Mengetahui,

Disetujui oleh,

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan ilmu Politik

Dosen pembimbing
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Rachmawati Novaria, MM.


Drs. Agung Pudjianto, MM.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan Penguji :

1. Drs. Agung Pudjianto, MM.

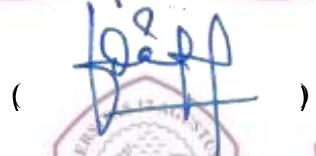
Ketua

2. Dr. IGN. Anom Maruta, MM

Anggota

3. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM

Anggota



Mengesahkan Dekan
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Rachmawati Novaria, MM.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Yasinta Alvani Meo

Nbi : 1121700009

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Analisis Komparasi Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung dan Smartphone Vivo Di Kota Kupang.

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan di Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya

Kupang, 27 Juli 2021

Yang membuat Pernyataan


KETERANGAN
TEMPEL
C68BAJX426162378
Yasinta Alvani Meo



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ec.311)
Email: perpustakaan@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yasinta Alvani Meo
NBI : 1121700009
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

**"ANALISIS KOMPARASI BRAND AMBASADOR DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DAN
SMARTPHONE VIVO DI KOTA KUPANG"**.

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 27 Juli 2021

Yang Menyatakan,

(Yasinta Alvani Meo)

ABSTRAK

Di era globalisasi ini perkembangan teknologi komunikasi semakin berkembang dengan pesat, Peranan teknologi komunikasi sangat berpengaruh pada aktivitas seseorang sehari-hari karena dapat membantu seseorang dalam memperoleh dan mencari informasi maupun bertukar informasi dengan yang lain. Salah satu produk smartphone yang cukup menarik penulis ialah brand ambassador produk Smartphone SAMSUNG dan VIVO. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian konsumen pada Smartphone SAMSUNG dan Smartphone VIVO serta Untuk mengetahui perbedaan Brand Image terhadap keputusan pembelian pada Smartphone SAMSUNG dan Smartphone VIVO. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian Kuantitatif dengan jenis penelitian Komparatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung dan Smartphone Vivo. Dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah menggunakan smartphone Samsung dan Smartphone Vivo. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen smartphone samsung dan smartphone Vivo berjumlah 110 orang yang terbagi menjadi dua kelompok yaitu 55 responden smartphone samsung dan 55 responden smartphone vivo. Metode Analisis yang digunakan adalah Uji Independent sample t-test. Dari hasil penelitian variabel Brand Ambassador (X1) ada perbedaan antara smartphone samsung dengan smartphone vivo.ada perbedaan rata-rata score pada smartphone samsung memiliki rata-rata score sebesar 4,07 sedangkan smartphone vivo 3,51.perbedaan tersebut dibuktikan dengan nilai signifikasinya sebesar $0.002 < 0,05$. Selanjutnya penelitian variabel Brand Image (X2) ada perbedaan antara smartphone samsung dengan smartphone vivo.ada perbedaan rata-rata score pada smartphone samsung memiliki rata-rata score sebesar 4,59 sedangkan smartphone vivo 3,80,Dengan nilai signifikasi sebesar $0.000 < 0,05$.Pada hasil Variabel Keputusan Pembelian (Y) ada perbedaan antara smartphone samsung dengan smartphone vivo.ada perbedaan rata-rata score pada smartphone samsung memiliki rata-rata score sebesar 4,65 sedangkan smartphone vivo 3,92. Dengan hasil nilai signifikasi sebesar $0.000 < 0,05$.

Kata Kunci : Analisis Komparatif, Brand Ambassador, Brand Image, Keputusan pembelian, Uji Independent sample t-test.

ABSTRACT

In this era of globalization, the development of communication technology is growing rapidly, the role of communication technology is very influential on activities someone everyday because it can help someone in obtaining and seeking information as well as exchanging information with others. One of the smartphone products that is quite interesting for the author is the brand ambassador for the SAMSUNG and VIVO Smartphone products. The purpose of this study was to determine the differences between Brand Ambassadors on consumer purchasing decisions on SAMSUNG Smartphones and VIVO Smartphones and to determine differences in Brand Image on purchasing decisions on SAMSUNG Smartphones and VIVO Smartphones. The research method used is quantitative research with the type of comparative research. This study was conducted to determine the difference between Brand Ambassador and Brand Image on the Purchase Decision of Samsung Smartphones and Vivo Smartphones. By using a research instrument in the form of a questionnaire. The population in this study are all consumers who have used Samsung smartphones and Vivo smartphones. The sample in this study was 110 consumers of Samsung smartphones and Vivo smartphones which were divided into two groups, namely 55 Samsung smartphone respondents and 55 Vivo smartphone respondents. The method of analysis used is the Independent sample t-test. From the results of the research on the Brand Ambassador variable (X1) there is a difference between the Samsung smartphone and the Vivo smartphone. There is a difference in the average score on the Samsung smartphone, which has an average score of 4.07 while the Vivo smartphone is 3.51. $0.002 < 0.05$. Furthermore, the research on the Brand Image (X2) variable there is a difference between the Samsung smartphone and the Vivo smartphone. There is a difference in the average score on the Samsung smartphone which has an average score of 4.59 while the Vivo smartphone is 3.80, with a significance value of $0.000 < 0, 05$. In the results of the Purchase Decision Variable (Y) there is a difference between the Samsung smartphone and the Vivo smartphone. There is a difference in the average score on the Samsung smartphone, which has an average score of 4.65 while the Vivo smartphone is 3.92. With the results of a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Comparative Analysis, Brand Ambassador, Brand Image, Purchase Decision, Independent sample t-test.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: Analisis Komparasi Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone SAMSUNG dan Smartphone VIVO Di Kota Kupang.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata -1 Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak, baik bersifat materiil maupun spiritual sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati dan hormat penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

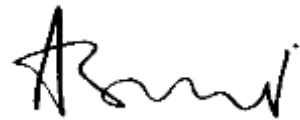
1. Allah Yang Maha Esa yang dengan rahmat dan izin-Nya kepada penulis dengan menghadirkan orang-orang luar biasa yang menjadi penyemangat penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Kedua orang tua, Mama tercinta Susana Matildis dan Bapa Dominikus Suka tersayang yang dengan ikhlas tanpa mengenal lelah dalam mengasuh, mendidik serta membina penulis sejak di dalam kandungan sampai sekarang. Selain itu telah memberikan dukungan dari segi materi maupun spiritual dalam rangka menyelesaikan studi penulis.
3. Ibu Dr. Rachmawati Novaria, MM. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Drs. Agung Pudjianto, M.M. selaku Pembimbing Skripsi I dan Ibu Diana Juni Mulyati, M.M. selaku Pembimbing Skripsi II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
5. Spesial teruntuk seluruh keluarga besar, adik tersayang Krispian, Alesia, Grasela, Josin, yang telah membantu, menemani, menasehati dan memberikan semangat yang sangat berpengaruh untuk penulis dalam menyelesaikan proses skripsi ini.
6. Spesial teruntuk sahabat-sahabat : Elfi, Farni, Ridyaneta, Betsy, Devona, Mayumi dan Novita yang telah membantu, menasehati, dan memberikan semangat yang sangat berpengaruh untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman kelas Administrasi Bisnis angkatan 2017, yang telah menjalani studi ini bersama-sama dan kepada para Dosen yang telah mengajar dan membimbing kami selama Kuliah ini.

Terima kasih atas segala kebaikan yang telah diberikan, semoga akan dibalas oleh Allah Yang Maha Kuasa dengan yang lebih baik. Semoga amal yang telah kita lakukan dijadikan amal yang tiada putus pahalanya, dan bermanfaat untuk kita semua di dunia maupun di akhirat.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna, khususnya bagi penulis sendiri dan bagi para pembaca umumnya.

Kupang, 2021



Yasinta Alvani Meo

DAFTAR ISI

COVER LUAR	
COVER DALAM	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
LEMBAR PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Peneltian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.2.2 Periklanan.....	15

2.2.3	<i>Brand Ambassador</i>	16
2.2.4	<i>Brand Image</i> (Citra Merek)	18
2.2.5	Keputusan Pembelian	23
2.3	Kerangka Penelitian	26
2.4	Konseptualisasi (Definisi Konsep dan Operasional)	27
2.5	Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Rancangan Penelitian	29
3.2	Lokasi Penelitian.....	29
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data	30
3.5	Skala Pengukuran.....	30
3.6	Analisis Data.....	31
3.6.1	Uji Validitas	31
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	31
3.6.3	Uji Kesamaan Varian.....	32
3.6.4	Uji Independen Sampe t-test.....	32
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Sejarah Obyek Penelitian	35
4.1.1	Sejarah Smartphone Samsung.....	35
4.1.2	Sejarah Smartphone Vivo	36
4.2	Penyajian Data	38
4.3	Karakteristik Responden	38
4.4	Uji Validitas	41
4.5	Uji Reliabilitas	42
4.6	Tabulasi Data Responden.....	43
4.7	Rekapitulasi Jawaban Responden.....	56

4.8 Uji Hipotesis	62
4.9 Uji Beda Independent Simple t-test.....	63
4.10 Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Berita Harga Smartphone Samsung dan Vivo di Kota Kupang	2
Gambar 1.2 Gambar Lokasi dan Gerai Smartphone Samsung dan Smartphone Vivo di Kota Kupang	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	26
Gambar 4.1 Produk Smartphone Samsung dari Masa Ke Masa.....	35
Gambar 4.2 Dian Sastro Sebagai Brand Ambassador Samsung Indonesia Dan BTS Sebagai Brand Ambassador Dunia	36
Gambar 4.3 Beberapa Contoh Smartphone Vivo.....	37
Gambar 4.4 Agnes MO dan Maudy Ayunda Sebagai Brand Ambassador Vivo Indonesia.....	38
Gambar 4.5 Kurva Penerimaan Dan Penolakan Hipotesis	64
Gambar 4.6 Kurva Penerimaan Dan Penolakan Hipotesis	65
Gambar 4.7 Kurva Penerimaan Dan Penolakan Hipotesis	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2.2 Konseptualisasi	27
Tabel 3.1 Tabel Nilai Skor Kuesioner	31
Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	41
Tabel 4.5 Uji Validitas	42
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.7 Tabel Jawaban Tabulasi Brand Ambassador (X1).....	43
Tabel 4.8 Tabel Jawaban Tabulasi Variabel Brand Image (X2).....	45
Tabel 4.9 Tabel Jawaban Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.10 Tabel Jawaban Tabulasi Variabel Brand Ambassador (X1).....	49
Tabel 4.11 Tabel Jawaban Tabulasi Variabel-Variabel Brand Image (X2).....	52
Tabel 4.12 Tabel Jawaban Tabulasi Variabel-Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Variabel Brand Ambassador (X1)	56
Tabel 4.14 Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Variabel Brand Image (X2)	57
Tabel 4.15 Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4.16 Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Variabel Brand Ambassador (X1)	59

Tabel 4.17 Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator	
Variabel Brand Image (X2)	60
Tabel 4.18 Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator	
Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4.19 Uji Kesamaan	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 2 Lembar Revisi	79
Lampiran 3 Uji Tunitin.....	82