

**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* TITAN TYRA X
FORE COFFEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
FORE SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Yoshua Michael Fernando

NRP : 1423019046

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* TITAN TYRA X
FORE COFFEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
FORE SURABAYA**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Yoshua Michael Fernando

NRP : 1423019046

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yoshua Michael Fernando

NRP : 1423019046

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul :

“Pengaruh penggunaan *brand ambassador* Titan Tyra x Fore Coffee terhadap keputusan pembelian konsumen Fore Surabaya ”

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya kami sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas maupun universitas.

Surabaya, 15 Juni 2023

Penulis



Yoshua Michael Fernando

NRP. 1423019046

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* TITAN TYRA X
FORE COFFEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
FORE SURABAYA**

Oleh:

Yoshua Michael Fernando

NRP : 1423019046

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan Skripsi untuk diajukan kepada tim penguji Skripsi.

Pembimbing I : Brigitta Revia Sandy Fista., S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903



(.....)

Pembimbing II : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0707078607



(.....):

Surabaya, 15 Juni 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi Sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Pada: Rabu, 15 Juni 2023

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi

DEKAN,



Brigitta Revia Sandy Fista., S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji :

1. Ketua : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs.,M.Si. (.....)
NIDN. 0726126602
2. Sekretaris : Brigitta Revia Sandy Fista., S.I.Kom., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0715108903
3. Anggota : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0719078401
4. Anggota : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0707078607

...

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Yoshua Michael Fernando

NRP : 1423019046

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini **SETUJU** Karya Ilmiah saya, dengan judul :

“Pengaruh penggunaan *brand ambassador* Titan Tyra x Fore Coffee terhadap keputusan pembelian konsumen Fore Surabaya”

Untuk dipublikasikan / ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta yang berlaku. Demikian surat pernyataan **SETUJU** publikasi Karya Ilmiah in saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Yoshua Michael Fernando

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis ingin mempersembahkan Makalah ini kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena oleh rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Makalah ini. Serta, penulis ingin mempersembahkan Makalah ini kepada orang tua kami yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan Makalah ini. Tanpa dukungan dan nasehat dari beliau, penulis tidak dapat menyelesaikan Makalah ini dengan tepat waktu. Selain itu banyak pihak-pihak lain yang ikut serta dalam mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses pengerjaan Makalah ini, antara lain dosen pembimbing mata kuliah Penulisan Proposal Komunikasi, Ibu Brigitta Revia S. F.,S.I.Kom.,M.Med. Kom dan dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Tak lupa juga kepada sahabat dan teman-teman yang sudah memberikan dukungan, semangat maupun data-data pendukung yang digunakan penulis untuk mengerjakan Makalah ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan, karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan Makalah ini dengan Pengaruh penggunaan *brand ambassador* Titan Tyra x Fore Coffee terhadap keputusan pembelian konsumen Fore Surabaya

Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah Penulisan Proposal Komunikasi di semester 6 (enam) dan sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan serta memenuhi nilai Ujian Tengah Semester kali ini pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam proses pengerjaan hingga terselesaikannya Makalah ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Kedua orang tua saya, terima kasih atas segala bimbingan dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan ini dengan tepat waktu. Dengan terselesaikannya laporan ini, penulis berharap dapat membanggakan orangtua.

2. Dekan Fikom sekaligus Dosen pembimbing Mata Kuliah Penulisan Proposal Komunikasi, Brigitta Revia S., S.I.Kom., M. Med. Kom..dan ibu Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. terimakasih telah memberikan bimbingan, dukungan dan semangat yang tak henti-hentinya kepada penulis selama proses pengerjaan proposal ini.

3. Karel Sebastian, Raden Andrian Edi Rumpoko, Shannon Ad Dawya, Janice Clarissa, Bryan Panji, Enrico Lauvandy, Erzha Angelo Lucky, Natania Angel, Tesalonika Daniar, yang telah membantu kami, penulis dalam pengerjaan, memberi masukan materi dan sumber-sumber literasi untuk penulisan penelitian ini.
4. Nerissa Aurea, sebagai partner saya, yang telah mendukung apa yang saya lakukan dan menemani saya dari semester 3 sampai dengan saat ini semester 8.
5. Seluruh sahabat, teman dan rekan-rekan penulis lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan, motivasi, kritik dan saran yang telah diberikan.

Surabaya, 15 Juni 2023

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan masalah	9
I.3 Tujuan penelitian	9
I.4 Batas penelitian	9
I.5 Manfaat penelitian	10
I.5.1 Manfaat Teoritis	10
I.5.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
II.1 Kerangka Teori	15
II.1.1 Model Komunikasi Lasswell	15
II.1.2 Teori Marketing Komunikasi	17
II.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	19
II.1.4 Keputusan Pembelian	21
II.1.5 Sosial Media	26
II.1.6 Social Media Instagram	26
II.2 Nisbah Antar Konsep	27
II.3 Bagan Kerangka Konseptual	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
III.1 Pendekatan Dan Jenis Penelitian	31
III.2 Metode	31
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	32
III.4 Definisi Konseptual	32

III.4.1 <i>Brand Ambassador</i>	32
III.4.2 Pengertian Keputusan Pembelian.....	33
III.5 Definisi Operasional	34
III.5.1 Brand Ambassador (X1)	34
III.5.2 Keputusan Pembelian.....	35
III.6 Populasi dan Sampel	36
III.6.1 Populasi	36
III.6.2 Sampel.....	36
III.7 Teknik Penarikan Sampel	37
III.8 Teknik Pengumpulan Data.....	38
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas	39
III.9.1 Uji Validitas	39
III.9.2 Uji Reliabilitas	40
III.10 Teknik Analisis Data.....	40
III.10.1 Penyuntingan.....	40
III.10.2 Pengkodean (<i>Coding</i>).....	41
III.10.3 Tabulasi Silang.....	43
III.10.4 Uji Normalitas	44
III.10.5 Uji Linieritas	45
III.10.6 Uji Korelasi	45
III.10.7 Uji Regresi	46
III.10.8 Uji Signifikansi Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
IV.1. Gambaran Subjek Studi	48
IV.1.1. Konsumen <i>Fore Coffee</i> Surabaya	48
IV.1.2 <i>Fore Coffee</i> Surabaya	48
IV.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data	49
IV.2.1. Uji Validitas	49
IV.2.2. Uji Reliabilitas	52
IV.3. Pembahasan Hasil Penelitian	53
IV.3. Identitas Responden	54
BAB V.....	92

PENUTUP	92
V.1. Kesimpulan	92
V.2. Saran.....	93
V.2.1. Saran Akademis.....	93
V.2.2. Saran Praktis.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	101

ABSTRAK

Penulis Yosua Michael Fernando.NRP 1423019046 dengan judul Skripsi. Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* Titan Tyra x Fore Coffee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fore Surabaya.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji teori yang menyatakan bahwa *brand ambassador* memberi pengaruh pada keputusan pembelian. *Brand ambassador* diukur berdasarkan empat indikator *attractiveness*, *trustworthiness* dan *expertise*. Keputusan pembelian diukur berdasarkan enam indikator pemilihan produk, pilihan *brand*, pemilihan penyalur, jumlah pembelian, penentuan waktu kunjungan dan metode pembayaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian menggunakan metode survey yang mengukur pernyataan responden dengan skala likert. Penelitian ini menemukan hasil bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan *Brand Ambassador* Titan Tyra terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fore Surabaya, maka dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Penggunaan *Brand Ambassador* Titan Tyra berhasil mempengaruhi konsumen perempuan usia 17-25 tahun sebab Fore Coffee memiliki sebagai target pasar yang potensial sesuai dengan produk. Penggunaan Brand Ambassador Titan Tyra berhasil mempengaruhi konsumen dengan latar belakang pendidikan Sarjana sebab Fore Coffee termasuk dalam kategori premium dari kualitas maupun harga sehingga cenderung diminati oleh konsumen segmen tertentu khususnya tingkat pendidikan tinggi setingkat Sarjana. Penggunaan Brand Ambassador Titan Tyra berhasil mempengaruhi konsumen dengan latar belakang pekerjaan pegawai swasta sebab *brand ambassador* dipilih sebab memiliki popularitas untuk mempromosikan produk premium dengan harga untuk kalangan tertentu dengan pendapatan tertentu.

Kata Kunci : *Brand*, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian, Fore Surabaya, Titan Tyra

ABSTRACT

Yosua Michael Fernando.NRP 1423019046. *The Effect of Using Brand Ambassador Titan Tyra x Fore Coffee on Purchasing Decisions of Fore Surabaya Consumers.*

This study aims to test the theory which states that brand ambassadors influence purchasing decisions. Brand ambassadors are measured based on four indicators of attractiveness, trustworthiness and expertise. Purchase decisions are measured based on six indicators of product selection, brand choice, dealer selection, purchase amount, timing of visits and payment methods. This study uses a quantitative approach. The research method uses a survey method that measures respondents' statements with a Likert scale. This study found that there was an influence between the use of the Titan Tyra Brand Ambassador on Fore Surabaya Consumer Purchase Decisions, so it can be concluded that H0 is rejected and H1 is accepted. The use of Brand Ambassador Titan Tyra has succeeded in influencing female consumers aged 17-25 years because Fore Coffee has a potential target market according to the product. The use of Brand Ambassador Titan Tyra has succeeded in influencing consumers with a Bachelor's educational background because Fore Coffee is included in the premium category in terms of quality and price so that it tends to be in demand by certain consumer segments, especially those with a Bachelor's level of higher education. The use of Brand Ambassador Titan Tyra succeeded in influencing consumers with private employee work backgrounds because brand ambassadors were chosen because they had popularity to promote premium products at prices for certain groups with certain incomes.

Keywords: Brand, Brand Ambassador, Purchase Decision, Fore Surabaya, Titan Tyra