

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND  
PERSONALITY DAN BRAND IMAGE “ULTRA MILK”  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN “ULTRA MILK”**  
*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*



Disusun oleh :

**REVIANANDA CESAR WIBOWO**

Nomor Pokok : K.2020.5.35387

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Marketing

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)**

**Malangkuççwara**

**MALANG**

**2024**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND  
PERSONALITY DAN BRAND IMAGE “ULTRA MILK”  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN “ULTRA MILK”**  
*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*



Disusun oleh :

**REVIANANDA CESAR WIBOWO**

Nomor Pokok : K.2020.5.35387

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Marketing

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)**

**Malangkuçęwara**

**MALANG**

**2024**

# Lembar Pengesahan

## SKRIPSI

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND PERSONALITY DAN BRAND IMAGE ULTRA MILK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULTRA MILK

Oleh :

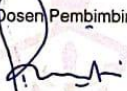
REVIANANDA CESAR WIBOWO

K.2020.5.35387

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :


02 Agustus 2024 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

  
RINA IRAWATI, S.E., M.M. CDM.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçęwara

  
Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.  
NIK 202.710.182

## Lembar Pernyataan Originalitas

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 24 Juli 2024



NPK: K.2020.5.35387

## Surat Keterangan Riset

### SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rina Irawati, S.E., M.M. CDM  
NIK : 202.710.292

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari :

Nama : Reviananda Cesar Wibowo  
NPK : K.2020.5.35387  
Program Studi : Manajemen  
Alamat :  
|  
No.Hp :  
Email :

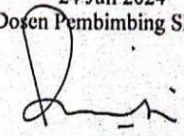
Menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkecewara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari : Kuesioner yang disebarakan kepada responden (Kota Malang).

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul :

*“PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND PERSONALITY DAN BRAND IMAGE  
“ULTRA MILK” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN “ULTRA MILK”*

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

24 Juli 2024  
Dosen Pembimbing Skripsi,

  
(Rina Irawati, S.E., M.M. CDM)  
NIK. 202.710.292

## Ucapan Terima Kasih

Penulis Mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D selaku Ketua STIE Malangkuçewara
2. Dra. Lindananti, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Malangkuçewara
3. Rina Irawati, S.E, M.M. CDM. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dengan baik hingga penelitian tugas akhir saya dapat selesai dengan baik
4. Terima kasih saya ucapkan kepada Ibu dan Ayah saya, karena selalu ada dan selalu memberikan dukungan dan doa kepada Allah SWT selama proses pembuatan skripsi saya
5. Terima kasih kepada pasangan saya, karena selalu memberikan saran, masukan, doa, dan semangat serta cintanya selama proses pembuatan skripsi saya
6. Terima kasih kepada teman-teman MAGU Group yang senantiasa memberikan semangat serta membawa keceriaan dikala pembuatan skripsi ini
7. Terima kasih kepada teman-teman seperbimbingan yang memberikan masukan dan saran selama proses penulisan skripsi ini
8. Terima kasih untuk semua teman-teman kelas C Management Angkatan 2020 yang selalu bersama selama masa kuliah
9. Terima kasih kepada semua teman-temanku jurusan manajemen angkatan 2020 yang sudah bersama-sama berjuang hingga akhir

## **ABSTRAK**

Persaingan di industri susu cair UHT di Indonesia semakin ketat. Ultra Milk sebagai salah satu merek ternama perlu mempertahankan posisinya melalui strategi pemasaran yang efektif. Salah satu strategi yang digunakan adalah dengan menggunakan brand ambassador, membangun brand personality, dan menjaga brand image. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand ambassador, brand personality, dan brand image terhadap keputusan pembelian Ultra Milk. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand ambassador, brand personality, dan brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Ultra Milk. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa Ultra Milk perlu mempertahankan dan meningkatkan efektivitas penggunaan brand ambassador, membangun brand personality yang kuat dan positif, serta menjaga brand image yang baik agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

## **ABSTRACT**

The competition in the UHT liquid milk industry in Indonesia is increasingly tight. Ultra Milk as one of the well-known brands needs to maintain its position through effective marketing strategies. One of the strategies used is by using brand ambassadors, building brand personality, and maintaining brand image. This study aims to determine the effect of brand ambassador, brand personality, and brand image on purchasing decisions of Ultra Milk. This research uses a quantitative method with data collection techniques through questionnaires. The data obtained were analyzed using linear regression analysis. The results of the study show that brand ambassador, brand personality, and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions of Ultra Milk. This study implies that Ultra Milk needs to maintain and improve the effectiveness of using brand ambassadors, build a strong and positive brand personality, and maintain a good brand image in order to increase consumer purchasing decisions.



## Kata Pengantar

Dengan memanjatkan puji syukur kepada ALLAH SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul: Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Personality*, Dan *Brand Image* “Ultra Milk” Terhadap Keputusan Pembelian “Ultra Milk”

Penyusun mengucapkan banyak terimakasih berkat dukungan, bimbingan, nasihat, serta doa yang begitu tulus sehingga skripsi ini dapat selesai . Terima kasih kepada banyak pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini lebih baik lagi.

Malang, 24 Juli 2024

Penulis,

Reviananda Cesar Wibowo

## Daftar Isi

<b>PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND PERSONALITY DAN BRAND IMAGE “ULTRA MILK” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN “ULTRA MILK”</b> .....	i
<b>PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND PERSONALITY DAN BRAND IMAGE “ULTRA MILK” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN “ULTRA MILK”</b> .....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Pernyataan Originalitas.....	iii
Surat Keterangan Riset.....	iv
Ucapan Terima Kasih.....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
<b>BAB 1</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1. Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2. Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4. Manfaat Peneltian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.2. Manfaat Praktis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1. Tinjauan Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1. Brand Ambassador.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1.2. Brand Personality .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3. Brand Image .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2. Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2. Pengaruh <i>Brand Personalty</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4. Model Konseptual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
METODE PENELITIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2. Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3. Objek dan Sumber Data Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4. Variabel, Operasional dan Pengukuran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1. Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2. Operasional .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.3. Pengukuran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6. Metode Analisis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1. Uji Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2. Uji Asumsi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7. Analisis Linear .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8. Uji Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.1. Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1. Profil Ultra Milk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2. Produk-Produk Ultra Milk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.1.3. Keunggulan Ultra Milk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4. Kontribusi Ultra Milk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2. Deskripsi Identitas Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1. Jenis Kelamin.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2. Umur .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3. Status.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.4. Lama Mengonsumsi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1. Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2. Deskripsi Variabel <i>Brand Personality</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3. Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4. Pengujian dan Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.1. Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.2. Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.3. Uji Normalitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.4. Uji Multikolinearitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.5. Uji Heteroskedastisitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5. Pengujian Model Dan Pengujian Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.1. Analisis Linear .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.2. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.3. Uji T (Uji Parsial) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENUTUP.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1. Kesimpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2. Kontribusi Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4. Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Daftar Pustaka .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## Daftar Tabel

<b>Tabel 2.1 : Dimensi Brand Personality .....</b>	<b>9</b>
<b>Tabel 2.2 : Tinjauan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>22</b>
<b>Tabel 3.1 : Tabel Operasional .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabel 3.2 : Tinjauan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>22</b>
<b>Tabel 4.1 : Deskripsi Variabel Brand Ambassador .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4.2 : Deskripsi Variabel Brand Personality .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4.3 : Deskripsi Variabel Brand Image .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4.4 : Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4.5 : Uji Validitas .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4.6 : Uji Realibilitas .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4.7 : Uji Normalitas .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4.8 : Uji Multikolinearitas.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.9 : Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4.10 : Uji Linear .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4.11 : Analisis Determinasi R<sup>2</sup> .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.12 : Tinjauan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4.13 : Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>59</b>



## Daftar Gambar

<b>Gambar 2.1 : Proses Tahapan Keputusan Pembelian.....</b>	<b>18</b>
<b>Gambar 2.2 : Model Konseptual.....</b>	<b>24</b>
<b>Gambar 4.1 : Jenis Kelamin Responden.....</b>	<b>36</b>
<b>Gambar 4.2 : Usia Responden .....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 4.3 : Status Responden .....</b>	<b>38</b>
<b>Gambar 4.4 : Lama Mengonsumsi .....</b>	<b>39</b>

## Daftar Lampiran

<b>Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....</b>	<b>69</b>
<b>Lampiran 2 : Tabel Tabulasi Responden .....</b>	<b>72</b>
<b>Lampiran 1 : Analisis Deskriptif .....</b>	<b>77</b>
<b>Lampiran 1 : Uji Intrumen .....</b>	<b>82</b>
<b>Lampiran 1 : Analisis Linear dan uji Hipotesis .....</b>	<b>85</b>



