

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP *BRAND
IMAGE KOPI TORABIKA SUSU*
(Studi Kasus: Chicco Jerikho)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



**KHAIRUNNISA FARRAS RAKHMAN
1131001104**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
2018**

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

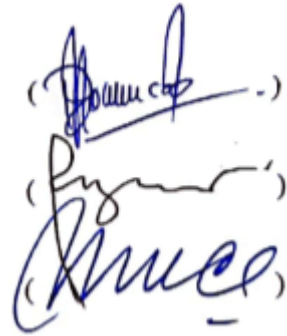
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Khairunnisa Farras Rakhman
NIM : 1131001104
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Kopi
Torabika Susu (Studi Kasus: Chicco Jerikho)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti, SE, M.M
Penguji 1 : Aurino Rilman A. Djamaris, Ir, MM.s
Penguji 2 : Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D.



Ditetapkan di : Jakarta


Tanggal : 29 Agustus 2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Khairunnisa Farras Rakhman

NIM : 1131001104

Tanda Tangan : 

Tanggal : 29 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Kopi Torabika Susu (Studi Kasus: Chicco Jerikho)”**.

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak awal perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Ibu Dominica A. Widyastuti, SE, M.M selaku dosen pembimbing yang menyediakan waktu, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini;
- 2) Bapak Taufiqurrakhman, Ibu Indrie, Bintang, dan Rizky selaku keluarga penulis yang telah memberi dukungan baik material maupun moral;
- 3) Adek Adnan, Zar, Tika, Dena, Eness, Dinda, Aisyah, Totom, Panut, Faras, Mamat, Vito dan Aldo yang membantu, mendukung, dan menemani penulis selama masa perkuliahan;
- 4) Nikel, Lalita, Jeje, Tiara, Maulida, Laras, Ratih, dan Meta yang selalu menyemangati, menemani, dan mendengarkan cerita penulis;
- 5) Adies, Masto, Azisqu, Bajo, Mas Bas, Tile, Minov, Gam,pang, Darari, dan Kevin yang selalu menghibur dan menemani penulis;
- 6) Rekan-rekan HMM-UB 2014/2015, Manajemen 2013 dan 2014, serta rekan-rekan mahasiswa Universitas Bakrie yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung pada masa perkuliahan.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 13 Agustus 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : Khairunnisa Farras Rakhman

NIM : 1131001104

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Skripsi)

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Kopi Torabika Susu (Studi Kasus: Chicco Jerikho)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Agustus 2018

Yang menyatakan



Khairunnisa Farras Rakhman

**PENGARUH CHICCO JERIKHO SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP *BRAND IMAGE* KOPI TORABIKA SUSU**

Khairunnisa Farras Rakhman

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Chicco Jerikho sebagai *brand ambassador* terhadap *brand image* dari Kopi Torabika Susu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan 87 responden yang termasuk konsumen dari Kopi Torabika Susu sebagai sampel yang dikumpulkan dengan teknik *sampling convenience sampling method* dan regresi linier sederhana. Penelitian ini menggunakan Kopi Torabika Susu sebagai objek dari penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand ambassador* memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah positif terhadap *brand image* dari Kopi Torabika Susu. Hubungan antar variabel *brand ambassador* dan *brand image* pun terhitung kuat dan searah.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Chicco Jerikho, Kopi Torabika Susu

***THE EFFECT OF CHICCO JERIKHO AS BRAND AMBASSADOR ON KOPI
TORABIKA SUSU BRAND IMAGE***

Khairunnisa Farras Rakhman

ABSTRACT

This study aims to find out how Chicco Jerikho influences as a brand ambassador to the brand image of Torabika Susu. This study used a quantitative approach and involved 87 respondents including consumers from Torabika Susu as samples collected by convenience sampling method technique and simple linear regression. This study used Torabika Susu as an object of research. The results of this study indicate that the brand ambassador has a significant with positive direction influence on the brand image of Kopi Torabika Susu. The relationship between variable brand ambassadors and brand image is calculated strong and unidirectional.

Key words: Brand Ambassador, Brand Image, Chicco Jerikho, Torabika Susu

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	2
BAB I PENDAHULUAN	4
1.1 Latar Belakang	4
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Brand ambassador	13
2.1.1 Dimensi dan Indikator <i>Brand ambassador</i>	14
2.2 Brand image (Citra Merk)	15
2.2.1 Dimensi dan Indikator <i>Brand image</i>	16
2.3 Penelitian Terdahulu	17
2.4 Hipotesis	19
2.5 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Rancangan Penelitian	21
3.2 Objek Penelitian	21
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	21
3.4 Jenis dan Sumber Data	22
3.5 Metode Pengumpulan Data	23
3.6 Operasionalisasi Variabel	23
3.7 Teknik Analisis Data	24
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Pre-Test Kuesioner	26
4.2 Analisis Karakteristik Responden	27
4.3 Analisis Deskriptif	28
4.4 Analisis Statistik	29
4.3.1 Uji Reliabilitas	29
4.3.2 Uji Validitas	30
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	31
4.3.4 Analisis Koefisien Determinasi	34
4.3.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	34
4.4 Pengujian Hipotesis	35
4.5 Pembahasan	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran	39

DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43