



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH *BRAND AMBASADOR* MAS JUNED KENWOOD
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMU MERPATI RJB DI
KALANGAN PEMAIN MERPATI KOLONG BEBAS LAPAK KPK
(KOLONG PACUAN KUDA)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

UNIVERSITAS Disusun oleh:

Muhammad Muffaiszin 44317010031

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
MERCU BUANA JAKARTA**

2024

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MUHAMMAD MUFFAISZIN
NIM : 44317010031
Jurusan : Digital Advertising & Marketing
Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PENGARUH BRAND AMBASADOR
MAS JUNED KENWOOD TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMU
MERPATI RJB DIKALANGAN
PEMAIN MERPATI KOLONG BEBAS
LAPAK KPK**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang di damping oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan skripsi ini bukan merupakan hasil dari plagiarism atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data, dan hasil yang digunakan didapatkan dan dinyatakan dengan jelas sumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperiksa akan kebenarannya.

Demikianlah pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 14 September 2024



Muhammad Muffaiszin

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Muhammad Muffaiszin
NIM : 44317010031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Mas Juned Kenwood Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Merpati RJB di Kalangan Pemain Merpati Kolong Bebas KPK (Kolong Pacuan Kuda)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 14 september 2024

Pembimbing 1 : Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D
NIDN : 0324128202
Ketua Penguji : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom
NIDN : 0326089202
Penguji Ahli : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed
NIDN : 0316088201

()
()
()

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 September 2024

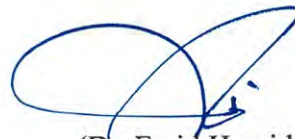
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad mufaiszin
NIM : 44317010031
Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Mas
Juned Kenwood Terhadap Keputusan
Pembelian Jamu Merpati RJB di
Kalangan Pemain Merpati Kolong
Bebas KPK (Kolong Pacuan Kuda)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 September 2024

Y
A
SEPULUH RIBU RUPAH
10000
TEL. METERAI TEMPEL
A7BF1ALX392528578

(Muhammad Muffaiszin)

ABSTRAK

Nama : Muhammad muffaiszin
NIM : 44317010031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Merpati RJB di Kalangan Pemain Merpati Kolong Bebas KPK (Kolong Pacuan Kuda)
Pembimbing : Melly Ridaryanthi, Ph.D

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh brand ambassador Mas Juned Kenwood terhadap keputusan pembelian Jamu Merpati RJB di kalangan pemain merpati kolong bebas lapak KPK (Kolong Pacuan Kuda). Dalam penelitian ini, brand ambassador Mas Juned Kenwood dianggap sebagai elemen penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya dalam konteks pasar niche seperti pemain merpati kolong. Metode penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pemain merpati di area KPK. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis regresi untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara kehadiran brand ambassador dan keputusan pembelian produk jamu merpati. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan tentang efektivitas strategi pemasaran yang melibatkan brand ambassador serta kontribusinya terhadap peningkatan penjualan produk spesifik dalam segmen pasar yang tersegmentasi dengan jelas. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk mencapai target pasar yang diinginkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode yang digunakan adalah metode survei, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*. Penelitian ini menunjukkan nilai t hitung yang diperoleh sebesar 19,031 lebih besar dari t table 1.66055. Hal tersebut menyatakan bahwa pada penelitian ini H1 diterima. Yang menyatakan bahwa *Brand Ambassador* Mas Juned Kenwood berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai korelasi 0,843 yang berarti antara dua variabel memiliki hubungan yang kuat, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 84,3%.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *Brand Ambassador* Mas Juned Kenwood terhadap keputusan pembelian sepatu vans.

Kata Kunci: Jamu Merpati RJB, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Name : Muhammad muffaiszin
NIM : 44317010031
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : Pengaruh Brand Ambassador Terhadap
Keputusa Pembelian Jamu Merpati RJB
di Kalangan Pemain Merpati Kolong
Bebas
KPK (Kolong Pacuan Kuda)

Counsellor : Melly Ridaryanthi, Ph.D

This research aims to analyze the influence of brand ambassador Mas Juned Kenwood on purchasing decisions for Jamu Merpati RJB among pigeon players under the KPK (Kolong Pacuan Kuda) stall. In this research, the Mas Juned Kenwood brand ambassador is considered an important element in influencing consumer behavior, especially in the context of niche markets such as pigeon players. The research method used was a quantitative survey with data collection through questionnaires distributed to pigeon players in the KPK area. The data obtained was analyzed using regression analysis techniques to measure the strength and direction of the relationship between the presence of a brand ambassador and the decision to purchase pigeon herbal products. It is hoped that the research results will provide insight into the effectiveness of marketing strategies involving brand ambassadors and their contribution to increasing sales of specific products in clearly segmented market segments. It is hoped that the findings from this research can be used by companies in formulating more effective marketing strategies to reach the desired target market.

This research uses a quantitative approach with the method used is a survey method, with a sampling technique using probability sampling. This research shows that the calculated t value obtained is 19.031 which is greater than the t table 1.66055. This states that in this study H1 was accepted. Which states that the Brand Ambassador on Instagram influences purchasing decisions with a correlation value of 0.843, which means that the two variables have a strong relationship, with a coefficient of determination value of 84.3%. From this research it can be concluded that there is an influence of Brand Ambassador Mas Juned Kenwood on the decision to purchase Jamu Merpati RJB.

Keywords: Jamu Merpati RJB, Brand Ambassador, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi **KENWOOD** yang berjudul **“PENGARUH BRAND**

AMBASSADOR MAS JUNED TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMU MERPATI RJB DI KALANGAN PEMAIN MERPATI KOLONG BEBAS LAPAK KPK (Kolong Pacuan Kuda)”.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Komunikasi dan Periklanan Universitas Mercu Buana.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua penulis **Ibu** dan **Ayah** tercinta yang telah mengasuh, mendidik dan membesarkan penulis hingga saat ini. Orang tua yang selalu memberikan motivasi, do'a dengan keikhlasan dan kesabaran yang tak ternilai oleh apapun di dunia ini sejak penulis kecil, sekolah, memasuki bangku kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, penulis senantiasa mengalami kesulitan - kesulitan, namun semuanya dapat teratasi berkat adanya bantuan dan dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis tak lupa mengucapkan terimakasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Melly Ridaryanthi, Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, pikiran dan dengan sabar memberi dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. **Prof. Dr. Ahmad Mulyana** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. **Kurniawan Prasetyo, S.Ikom., M.Ikom.** Sekprodi 2 Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan, saran, serta nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
5. Ivo Novita S BR Silalahi, M.Hum selaku Dosen Mata Kuliah Bahasa Inggris 1, yang sudah sangat sabar dalam memberikan kesempatan saya untuk memberikan perbaikan nilai sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. cherry kartika s.ip,m.ikom selaku Dosen Mata Kuliah Strategic Brand Komunikasi, yang sudah sangat sabar dalam memberikan kesempatan saya untuk memberikan perbaikan nilai sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Mardhiyyah januar S.ikom, M.ikom selaku dosen magang, yang telah memberi saya masukan dalam proses magang saya.
8. Muhammad Sani selaku pemilik produk Jamu Merpati RJB, yang telah mengizinkan saya untuk meneliti produknya dan memberikan saya informasi guna melakukan penelitian ini.
9. Kepada Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya Program Studi *Advertising & Marketing Communication* yang telah memberikan banyak pelajaran dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
10. Dun Akhir Asan selaku om saya yang selalu mensupport saya dalam Menyusun skripsi.
11. Gerri Nuryogo selaku Tata Usaha Fakultas Ilmukonunikasi yang telah membantu saya dalam pelaksanaan perkuliahan sampai saat ini.

12. Kepada seluruh Keluarga besar penulis, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu . Terimakasih atas semua dukungan, kepercayaan, motivasi-motivasi, menjadi penyemangat, serta bantuan-bantuan yang diberikan kepada penulis.

13. Marisa Putri Ahmadi selaku mantan saya yang telah menyakiti saya berkat kamu menyakiti saya, saya menjadi semangat untuk menjadi orang yang lebih baik.

14. Kepada Rafly Gavari selaku kaka senior dan kawan ku yang selalu membantu saya dalam Menyusun skripsi saya.

Jakarta, 20 agustus 2024

Muhammad Muffaiszin



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat akademis	7
1.4.2 Manfaat praktisi	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teoritis	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.2 Brand Ambassador	20
2.2.3 Keputusan pembelian.....	22
2.2.4 Teori S-O-R.....	24
2.2.5 Tujuan Iklan	25
2.2.6 Hubungan Brand Ambassador Dengan Keputusan pembelian	28
2.3 Hipotesis Teori	30

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1	Paradigma Penelitian	31
3.2	Metode Penelitian	31
3.3	Populasi dan Sampel	32
3.3.1	Populasi	32
3.3.2	Sampel	33
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	34
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.1	Data Primer	43
3.5.2	Data Sekunder	43
3.5.3	Uji Validitas	43
3.5.4	Uji Reliabilitas	45
3.6	Teknik Analisa Data	47
3.6.1	Regresi Linier Sederhana	49
3.6.2	Analisis Korelasi	49
3.6.3	Uji Koefisien Determinasi	50
3.6.4	Uji Hipotesis (Uji t)	51
BAB IV	HASIL PENEMITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Gambaran umum profil penelitian	53
4.1.1	Profile Jamu RJB	53
2.2	Hasil penelitian	55
2.2.1	Karakteristik Data dan Responden	56
4.2.2	Hasil Penelitian Variabel X(Brand Ambassador)	57
4.2.4	Uji Korelasi	79
4.2.5	Hasil Koefisien Determinasi (KD)	81
4.2.6	Analisis Regresi Linier Sederhana	82
4.2.7	Uji Hipotesis Statistik	84
4.3	Pembahasan	85
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	90

5.1.1 Saran Akademis	90
5.2.1 Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN 1	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Beberapa selebriti didunia merpati	2
Gambar 1. 2 brand ambasadorma juned kenwood	3
Gambar 2. 1 penelitian terdahulu	13
Gambar 2. 2 kerangka penelitian	26
Gambar 4. 1 logo jamu rjb	47



DAFTAR TABEL

tabel 4. 1 jenis kelamin.....	49
tabel 4. 2 Frekuensi Responden berdasarkan Usia	50
tabel 4. 3Tim Kenwood memiliki popularitas sebagai tim besar yang memiliki banyak prestasi ..	50
tabel 4. 4 Tim Kenwood memiliki nilai jual untuk mengangkat nama produk Jamu Merpati RJB.	51
tabel 4. 5 Jamu merpati RJB lebih mudah dikenal karena di iklankan oleh Tim Kenwood	51
tabel 4. 6 Tim Kenwood memiliki banyak pengalaman sebagai brand ambassador pada iklan Jamu Merpati	52
tabel 4. 7 Tim Kenwood memiliki pengetahuan yang cukup mengenai produk Jamu Merpati	53
tabel 4. 8 Tim Kenwood sebagai brand ambassador Jamu Merpati RJB memiliki kemampuan yang baik dalam menyampaikan berbagai macam produk dan cara pemakaian Jamu Merpati RJB	53
tabel 4. 9 Tim Kenwood memiliki nama tim besar yang dapat mewakili brand Jamu Merpati RJB	54
tabel 4. 10 Tim Kenwood memiliki nama tim besar yang dapat mewakili brand Jamu Merpati RJB	55
tabel 4. 11Iklan Jamu Merpati RJB yang di iklankan oleh Tim Kenwood cepat diingat oleh khalayak	55
tabel 4. 12 Tim Kenwood merupakan Tim yang memiliki banyak prestasi dan memiliki banyak penggemar	56
tabel 4. 13 Tim Kenwood sebagai brand ambassador produk mampu menarik hal-hal yang yang dipromosikannya	57
tabel 4. 14 Iklan Jamu Merpati RJB yang di iklankan oleh Tim Kenwood cepat diingat oleh khalayak sebagai daya Tarik bagi iklan dan merek RJB	57
tabel 4. 15Tim Kenwood sebagai brand ambassador produk mampu menarik hal-hal yang yang dipromosikannya	58
tabel 4. 16 Tim Kenwood sebagai brand ambassador produk mampu menarik hal-hal yang yang dipromosikannya	59
tabel 4. 17 Tim Kenwood sebagai brand ambassador produk mampu menarik hal-hal yang yang dipromosikannya	60
tabel y 4. 18 saya yakin bahwa jamu merpati RJB memiliki kualitas seperti yang diiklankan	61
tabel 4. 19 Saya memutuskan membeli jamu merpati RJB karena digunakan oleh Tim Kenwood	61
tabel 4. 20 Saya membeli karana sesuai dengan keinginan dan kebutuhan	62
tabel 4. 21saya membeli jamu merpati RJB karena melihat tim kenwood sebagai brand ambassador	63
tabel 4. 22 jamu merpati RJB terkenal berkat Tim Kenwood	63

tabel 4. 23Tim kenwood adalah Team yang menjadi acuan dalam bermain merpati.....	64
tabel 4. 24 saya lebih memilih jamu merpati RJB dibanding jamu merpati lainnya	65
tabel 4. 25saya membeli jamu merpati RJB karna terjamin kualitasnya	65
tabel 4. 26saya membeli jamu merpati RJB karna melihat iklan dari Tim Kenwood	66
tabel 4. 27 Intepretasi Koefisien Korelasi	67
tabel 4. 28 korelasi.....	67
tabel 4. 29 koefisien deteminasi	68
tabel 4. 30 Regresi Linier	68
tabel 4. 31uji f	69
tabel 4. 32 uji T.....	70



UNIVERSITAS
MERCU BUANA