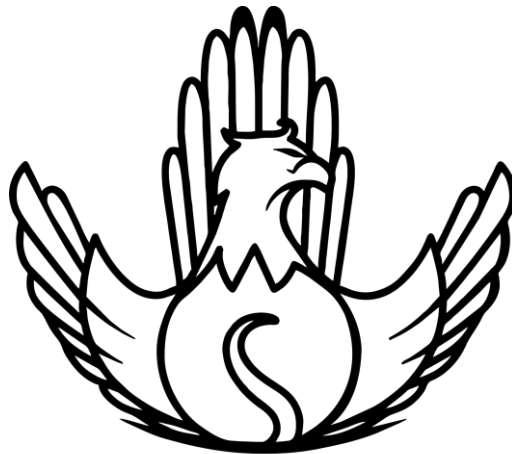


**Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador dan Packaging
terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato
(Studi kasus wilayah Solo Raya)**



Tugas Akhir

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Syarat-Syarat Memperoleh Derajat
Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh:
Nieken Putri Santosa
NIM. 21110074

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

**PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN PERCEIVED
QUALITY TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA E-COMMERCE
TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA PENGGUNA TOKOPEDIA DI
JAWA TENGAH)**

Oleh:

SEVTIYAWATI

NIM. 21110155

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 10 April 2026

Dosen Pembimbing



Aditya Lilivan, S.M.B., M.M.

NUPTK. 5438767668131040

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir

**Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador dan Packaging terhadap
Keputusan Pembelian Produk Chitato (Studi kasus wilayah Solo Raya)**

Oleh:
Nieken Putri Santosa
NIM. 21110074

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 08 Mei 2026
Dewan Penguji

Aditya Lilivan, S.M.B., M.M.
Ketua

Juni Kristanto, S.M., M.M
Anggota

: 
: 

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Aditya Lilivan, S.M.B., M.M.
NUPTK. 5438767668131040

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Muhammad Svihabuddin, S.Hum., M.M.
NUPTK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nicken Putri Santosa

NIM : 21110074

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:
Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador dan Packaging terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato (Studi kasus wilayah Solo Raya) adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 31 Maret 2026

Yang Membuat

Pernyataan,



Nicken Putri Santosa

MOTTO

“Jangan diinin apasih namanya? Adalah pokoknya”

*”Peranmu selesai, Bebas semua tugas namun kuingat (Kalibata
2012)” Nieken Putri Santosa*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, dan Packaging terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato (Studi Kasus Wilayah Solo Raya)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, atas bimbingan dan dukungannya selama masa studi.
2. Bapak Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M. selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen, yang telah memberikan arahan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi, atas bimbingan, saran, serta waktu yang telah diberikan kepada penulis.
4. Seluruh dosen dan staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan selama masa studi penulis.
5. Keluarga tercinta, khususnya Bapak, Ibu, Kakak, dan Adik, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Kepada teman-teman Agnes, Nevita, Anggi, Nia, Istiqomah, dan Tiya yang senantiasa menemani penulis selama proses penyusunan skripsi, serta memberikan dukungan, semangat, dan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Kepada Mark Lee, Jaehyun, Wonwoo, serta seluruh anggota NCT Dream, NCT 127, dan SEVENTEEN yang secara tidak langsung telah memberikan hiburan, semangat, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan

skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kelancaran, khususnya dalam menjalani masa wajib militer.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya



Nieken Putri Santosa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK.....	xii
ABSTRAC	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Keputusan Pembelian	16
2. Brand Image	22
3. Brand Ambassador.....	26
4. Packaging	29
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Penelitian	36
D. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Objek penelitian	43
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	43

C. Sumber Data.....	44
D. Populasi dan Sampel	45
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Definisi Operasional Variabel	51
G. Teknik Analisi Data.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Identifikasi Responden.....	43
B. Analisis Data	46
1) Uji Validitas.....	46
2) Uji Reliabilitas	49
1) Uji Normalitas	50
2) Uji Multikolonieritas.....	52
3) Uji Heterokedastisitas	54
1) Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
2) Uji T (parsial)	56
3) Koefisien Determinasi.....	57
C. Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Merek Makanan Ringan yang Diketahui Responden (Agustus 2023)....	3
Gambar 2 Antusiasme Budaya Korea Selatan di Berbagai Negara	6
Gambar 3 Top 10 Genre Musik Favorit di Indonesia (Tahun 2024)	7
Gambar 4 <i>Grup Seventeen</i> sebagai <i>Brand Ambassador Chitato</i>	9
Gambar 5 Varian packaging Chitato	11
Gambar 6 Kerangka Penelitian	37
Gambar 7 Data Primer.....	44
Gambar 8 Data Primer.....	45
Gambar 9 Uji Normalitas	51
Gambar 10 P-P Plot.....	51
Gambar 11 Scatterplot.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 2 Skala Likert	49
Tabel 3 Definisi Operasional	51
Tabel 4 Karakteristik Responden	43
Tabel 5 Data Primer	45
Tabel 6 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 8 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 9 Hasil Uji Hipotesis	55
Tabel 10 Hasil Uji T (Parsial)	56

**PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR DAN
PACKAGING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
CHITATO (STUDI KASUS WILAYAH SOLO RAYA)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *brand ambassador*, dan *packaging* terhadap keputusan pembelian produk *Chitato* di wilayah Solo Raya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden konsumen *Chitato* yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *brand ambassador* dan *packaging* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan *brand image* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemilihan *brand ambassador* yang sesuai dengan karakter konsumen serta *packaging* produk yang menarik memiliki peran penting dalam mendorong keputusan pembelian produk *Chitato*.

Kata Kunci: *Brand Image, Brand Ambassador, Packaging, Keputusan Pembelian, Chitato*

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR, AND
PACKAGING ON PURCHASING DECISIONS OF CHITATO PRODUCTS (A
CASE STUDY IN THE SOLO RAYA REGION)***

ABSTRAC

This study aims to analyze the effect of brand image, brand ambassador, and packaging on purchasing decisions of Chitato products in the Solo Raya region. This research employed a quantitative approach using a survey method. Primary data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who were consumers of Chitato products in Solo Raya, selected using purposive sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The results indicate that, partially, brand ambassador and packaging have a significant effect on purchasing decisions, while brand image does not have a significant effect. These findings suggest that the suitability of brand ambassadors with consumer characteristics and attractive product packaging play an important role in influencing purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Brand Ambassador, Packaging, Purchasing Decision, Chitato