

**PENGARUH DUTA MEREK , CITRA MEREK DAN CITA RASA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU UHT  
ULTRA MILK (STUDI PADA PENGGEMAR  
K-POP DI BANJARMASIN)**

**SKRIPSI**

**OLEH  
DIAN FEBRIYANTI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
BANJARMASIN  
2024 M/1445 H**

**PENGARUH DUTA MEREK , CITRA MEREK DAN CITA RASA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU UHT  
ULTRA MILK (STUDI PADA PENGGEMAR  
K-POP DI BANJARMASIN)**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana  
Dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

**Oleh:**

**Dian Febriyanti**

**200105010023**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
BANJARMASIN  
2024 M/1445 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Febriyanti  
NIM : 200105010023  
Tempat/Tgl Lahir : Tabalong, 1 Februari 2002  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi/makalah dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 14 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Dian Febriyanti

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Duta Merek, Citra Merek dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Penggemar K-Pop di Banjarmasin)

Ditulis oleh : Dian Febriyanti

NIM : 200105010023

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2023/2024

Tempat dan tanggal lahir : Tabalong, 1 Februari 2002

Alamat : Jl. Jenderal Basuki Rahmad RT.02 Kelurahan Agung, Kecamatan Tanjung, Kabupaten Tabalong

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 14 Mei 2024

Mengetahui  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antasari Banjarmasin

Menyetujui  
Pembimbing



Muhammad Qamaruddin, M.E.  
NIP. 198903132019031012

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Duta Merek, Citra Merek Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk (Studi Pada Penggemar K-Pop Di Banjarmasin), ditulis oleh Dian Febriyanti NIM: 200105010023, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 30 Mei 2024

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam



Dr. H. Sukarni, M.Ag.

NIP. 196304171991021001

### Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. H. Sukarni, M.Ag.	1.
2. Lutpi Sahal, S.H.I., M.S.I.	2.
3. Muhammad Qamaruddin, M.E.	3.
4. Yusuf Asyahri, S.E., M.E.	4.

## ABSTRAK

**Dian Febriyanti.** 2024. *Pengaruh Duta Merek, Citra Merek dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk (Studi Pada Penggemar K-Pop di Banjarmasin)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Muhammad Qamaruddin, M.E.

**Kata Kunci:** Keputusan pembelian, Duta merek, citra merek, cita rasa

Persaingan bisnis yang ketat mendorong perusahaan untuk mengadopsi strategi pemasaran kreatif, seperti menggunakan Duta merek untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kekuatan citra merek dan faktor rasa juga memengaruhi keputusan pembelian. Fenomena *Korean Wave* telah memengaruhi tren pemasaran di Indonesia. Oleh karena itu, Ultra Milk menjalin kerjasama dengan grup K-Pop seperti ITZY dan Stray Kids sebagai Duta merek. Berdasarkan faktor tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Duta merek, citra merek, dan cita rasa terhadap keputusan pembelian susu UHT Ultra Milk, baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian mencakup penggemar K-Pop di Banjarmasin, dengan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian diperoleh Duta Merek (X1), Citra Merek (X2) dan Cita Rasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Adapun secara parsial, Duta Merek (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan Citra Merek (X2) dan Cita Rasa (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

**MOTTO**

*”Tidak ada kesuksesan tanpa kesulitan”*

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kepada Allah SWT, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya yang telah memberikan segala kemudahan, kekuatan dan semangat sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini sesuai dengan target. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW beserta sahabat dan kerabat beliau. Saya persembahkan dengan penuh cinta dan kasih sayang Karya ini untuk: Kedua orang tua yang sangat saya cintai dan sayangi, yang senantiasa melimpahkan doa dan selalu memberikan dukungan kepada saya dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih yang tak terhingga saya ucapkan kepada kedua orang tua saya atas setiap doa dan usaha yang telah Bapak (Alm) dan Ibu berikan, semoga karya ini menjadi kado terindah untuk membalas semua pengorbanan kalian.

Untuk kakak-kakakku tersayang yang juga selalu memberikan dukungan dan menjadi alasan untuk bisa menyelesaikan skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Dosen pembimbing saya yang sangat baik hati dan selalu membimbing saya, kapan pun selalu siap sedia membantu saya dalam penulisan skripsi ini yaitu Bapak Muhammad Qamaruddin, M.E. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang tak terhingga kepada Bapak sekeluarga. Untuk seluruh keluarga besar saya yang juga turut memberikan segala bantuan dan memberikan semangat dalam proses penyelesaian karya ini. Untuk teman-teman yang turut berkontribusi, memberikan support, selalu menasehati, terima kasih banyak karena selalu ada dalam keadaan suka maupun duka. Semoga senantiasa selalu dalam lindungan Allah SWT.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas berkah dan rahmat-Nya yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani serta kemudahan bagi penulis dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Dengan segala kekurangan dan terlepas dari khilaf penulis sangat bersyukur telah mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Duta Merek, Citra Merek dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk (Studi Pada Penggemar K-Pop Di Banjarmasin)”, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata satu (S1) Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa selama proses pengerjaan skripsi selalu mendapatkan dukungan, bimbingan, semangat, dari berbagai pihak yang telah berkontribusi baik berupa pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan penuh kasih sayang dan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujiburrahman, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin.
2. Bapak Dr. H. Sukarni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

3. Ibu Rohana Faridah, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang turut membantu dalam proses penyetujuan judul hingga penyelesaian.
4. Bapak Muhammad Qamaruddin, M.E., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang sangat membantu dari awal hingga akhir membimbing dan menasehati kepada penulis dalam tahap penyusunan.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, bimbingan, serta doa-doa kepada penulis.
6. Bapak/Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
7. Bapak (Alm) dan Ibuku tersayang, terima kasih atas doa, cinta, kasih sayang, pengorbanan lahir dan batin yang tidak pernah dapat tergantikan oleh siapapun.
8. Kakak-kakak serta seluruh keluarga besar yang sangat aku sayangi, yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman-temanku yang selalu ada untuk memberikan semangat serta bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta pihak lain yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT, senantiasa memberikan kebahagiaan dunia dan akhirat serta membalas semua kebaikan yang telah diberikan oleh pihak-pihak terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha dari Allah SWT, semoga

karya tulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan menambah ilmu pengetahuan untuk kita semua, Aamiin.

Banjarmasin, 23 April 2024

Penulis

Dian Febriyanti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kegunaan Penelitian .....	10
E. Definisi Operasional .....	11
F. Penelitian Terdahulu .....	13
G. Kerangka Pemikiran .....	15
H. Hipotesis Penelitian .....	16
I. Sistematika Pembahasan .....	16
<b>BAB II PEMASARAN KEPUTUSAN PEMBELIAN, DUTA MEREK, CITRA MEREK DAN CITA RASA .....</b>	<b>18</b>
A. Pemasaran .....	18
B. Keputusan Pembelian .....	21
B. Duta Merek .....	25
C. Citra Merek .....	28

D. Cita Rasa.....	31
E. Hubungan Antar Variabel.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	37
B. Lokasi Penelitian .....	37
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	38
D. Populasi dan Sampel.....	38
E. Data dan Sumber Data.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data .....	40
G. Variabel Penelitian .....	41
H. Desain Pengukuran dan Instrumen Kuesioner .....	42
I. Teknik Analisis Data .....	43
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>51</b>
A. Penyajian Data.....	51
B. Analisis Data .....	66
C. Hasil Penelitian.....	74
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>82</b>
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>89</b>

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

### I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	şad	ş	es (dengan titik di bawah)

ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

## II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangka

مَتَكَبِّر	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>
الْقُدُوس	Ditulis	<i>al-qudūs</i>

## III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	<i>jāmi'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>Maktabah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجامعة	Ditulis	<i>al-maktabah al-jāmi'ah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

#### IV. Vokal pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U
شكر	Fathah	Ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	quri'a
ينطق	Dammah	Ditulis	yantiqu

#### V. Vokal panjang

1	Fathah+alif	ditulis	<i>Ā</i>
	كاملة	ditulis	<i>Kāmilah</i>
2	Fathah+ ya mati	ditulis	<i>Ā</i>
	صلى	ditulis	<i>ṣallā</i>



3	Kasrah+ ya mati	ditulis	<i>Syadid</i>
	شديد	ditulis	
4	Dammah+ wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
	صدر	Ditulis	<i>Sudūr</i>

## VI. Vokal rangkap

1	Fathah+ya mati	Ditulis	Ai
	رويد	Ditulis	<i>Ruwaidun</i>
2	Fathah+ wawu mati	Ditulis	Au
	وفرعون ذي الأوتاد	Ditulis	<i>wa fir'auna zi al-autād</i>

## VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم أشدخلقاً	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
----------------	---------	--------------------------------

## VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf Qamariyyah

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitāb</i>

Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan diidgamkan

الصيح	Ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sāhirah</i>

## IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بروالدين	Ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>iza asy-syamsu</i>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peringkat Jumlah Followers ITZY di Sosial Media .....	6
Tabel 1.2	Peringkat Jumlah Followers Stray Kids di Sosial Media.....	7
Tabel 3.1	Instrumen Penelitian .....	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan.....	56
Tabel 4.4	Deskripsi Variabel Duta Merek (X1).....	56
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel Citra Merek (X2) .....	59
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Cita Rasa (X3) .....	61
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel 4.8	Uji Validitas .....	66
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 4.10	Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.11	Uji Multikolinearitas .....	68
Tabel 4.12	Uji Heteroskedasitas .....	79
Tabel 4.13	Analisis Regresi Linear Berganda .....	70
Tabel 4.14	Uji F (Simultan) .....	72
Tabel 4.15	Uji T (Parsial) .....	72
Tabel 4.16	Analisis Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ).....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peringkat Negara Dengan Penggemar K-Pop Terbanyak.....	5
Gambar 1.2	Poster ITZY Ultra Milk.....	5
Gambar 1.3	Poster Stray Kids Ultra Milk.....	7
Gambar 1.4	Susu Ultra Milk.....	8
Gambar 1.5	Top Brand Index Tahun 2023 .....	8
Gambar 1.6	Kerangka Pemikiran.....	15