

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN *CONSUMER***

***KNOWLEDGE TERHADAP PURCHASE DECISION***

**(Survey Pada Nasabah Kookmin Bank (KB) Bukopin Di Kota Padang)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Andalas



Diajukan Oleh:

**SARAH DESPRIANTI**

**NIM : 1810521009**

Pembimbing:

Dr. Verinita, SE, M.Si


**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2022**

	No. Alumni Universitas	<b>Sarah Desprianti</b>	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Padang/02 Desember 1999 b) Nama Orang Tua : Supriatna dan Vivi Darlianti c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) NIM : 1810521009 f) Tanggal Lulus : 29 Juli 2022 g) Prediket Lulus: Dengan Pujian h) IPK : 3,56 i) Lama Studi : 3 Tahun 11 Bulan j) Alamat Orang Tua : Asrama TNI-AD Terendam Blok A No. 7, Kelurahan Ganting Parak Gadang, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat.		

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN CONSUMER KNOWLEDGE TERHADAP PURCHASE DECISION (SURVEY PADA NASABAH KOOKMIN BANK (KB) BUKOPIN DI KOTA PADANG)**


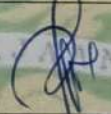
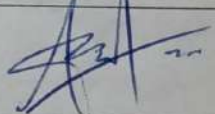
*Skripsi oleh Sarah Desprianti  
Pembimbing : Dr. Verinita, SE, M.Si*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador*, *brand image*, dan *consumer knowledge* terhadap *purchase decision* (survey pada nasabah Kookmin Bank (KB) Bukopin di Kota Padang). Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Kookmin Bank (KB) Bukopin di Kota Padang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* kepada 140 responden. Kuesioner diukur dengan menggunakan Skala Likert 1-5. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan *Microsoft Excel* dan *software SPSS* versi 28.0. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *brand image* dan *consumer knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision* nasabah Kookmin Bank (KB) Bukopin di Kota Padang. Sedangkan variabel *brand ambassador* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision* nasabah Kookmin Bank (KB) Bukopin di Kota Padang.

**Kata Kunci : Purchase Decision, Brand Ambassador, Brand Image, Consumer Knowledge**

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 29 Juli 2022  
Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dr. Verinita, SE, M.Si	Dr. Eri Besta, SE, MM	Agriqisthi, SE, MM

Mengetahui,  
Ketua Departemen Manajemen


  
Tanda Tangan

Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D  
NIP. 197106242006041007

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: