

## DAFTAR ISI

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                                  | i              |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....                                  | ii             |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | iii            |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | iv             |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                     | v              |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | vii            |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                       | xi             |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                      | xiii           |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                    | xiv            |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>  |                |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                             | 1              |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....                                   | 11             |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                     | 11             |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....                                   | 12             |
| 1.4.1 Pengembangan Ilmu .....                                   | 12             |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                                     | 12             |
| 1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....                            | 12             |
| 1.5.1 Lokasi Penelitian .....                                   | 12             |
| 1.5.2 Waktu Penelitian.....                                     | 13             |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b> |                |
| 2.1 Kajian Pustaka .....  | 14             |
| 2.1.1 <i>Brand Ambassador</i> .....                             | 14             |
| 2.1.1.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i> .....                | 14             |
| 2.1.1.2 Karakteristik <i>Brand Ambassador</i> .....             | 17             |
| 2.1.1.3 Peranan <i>Brand Ambassador</i> .....                   | 18             |
| 2.1.1.4 Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....                 | 19             |
| 2.1.2 Reputasi Merek .....                                      | 20             |
| 2.1.2.1 Dimensi dan Indikator Reputasi Merek.....               | 22             |
| 2.1.3 <i>Word of Mouth</i> .....                                | 25             |
| 2.1.3.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i> .....                   | 25             |
| 2.1.3.2 Menciptakan <i>Word of Mouth</i> (WOM).....             | 28             |
| 2.1.3.3 Pengukuran <i>Word of Mouth</i> (WOM) .....             | 31             |
| 2.1.3.4 Indikator <i>Word of Mouth</i> .....                    | 34             |
| 2.1.3.5 Karakteristik <i>Word Of Mouth</i> .....                | 35             |

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 2.1.4   | Keputusan Pembelian .....                               | 37 |
| 2.1.4.1 | Pihak – pihak yang Terlibat dalam Peran Pembelian ..... | 38 |
| 2.1.4.2 | Jenis – jenis Perilaku Pembelian.....                   | 39 |
| 2.1.4.3 | Proses Pengambilan Keputusan Pembelian....              | 40 |
| 2.1.4.4 | Peran Pembeli .....                                     | 44 |
| 2.1.4.5 | Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian .....       | 45 |
| 2.1.4.6 | Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....         | 47 |
| 2.1.5   | Penelitian Terdahulu.....                               | 49 |
| 2.2     | Kerangka Pemikiran.....                                 | 57 |
| 2.3     | Hipotesis.....  | 62 |

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 3.1   | Objek Penelitian .....                     | 64 |
| 3.2   | Metode Penelitian .....                    | 64 |
| 3.2.1 | Operasionalisasi Variabel Penelitian ..... | 64 |
| 3.2.2 | Teknik Pengumpulan Data .....              | 66 |
| 3.2.3 | Populasi dan Teknik Sampling .....         | 67 |
| 3.3   | Paradigma Penelitian .....                 | 70 |
| 3.4   | Analisis Data .....                        | 71 |

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|         |   |     |
|---------|---|-----|
| 4.1     | Hasil Penelitian.....   | 78  |
| 4.1.1   | <i>Brand Ambassador</i> , Reputasi Merk, <i>Word Of Mouth</i> dan keputusan pembelian Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....           | 78  |
| 4.1.1.1 | <i>Brand Ambassador</i> pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....   | 78  |
| 4.1.1.2 | Reputasi Merk pada Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....  | 84  |
| 4.1.1.3 | <i>Word Of Mouth</i> pada Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....   | 89  |
| 4.1.1.4 | Keputusan Pembelian pada Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....  | 94  |
| 4.2     | Pembahasan .....  | 100 |
| 4.2.1   | <i>Brand Ambassador</i> , Reputasi Merk, <i>Word Of Mouth</i> dan Keputusan Pembelian pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya ..... | 100 |

|         |   |     |
|---------|---|-----|
| 4.2.1.1 | <i>Brand Ambassador</i> pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....   | 100 |
| 4.2.1.2 | Reputasi Merk pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....   | 101 |
| 4.2.1.3 | <i>Word Of Mouth</i> pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....  | 101 |
| 4.2.1.4 | Keputusan Pembelian pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....   | 102 |
| 4.2.2   | Pengaruh Secara Parsial <i>Brand Ambassador</i> , Reputasi Merk, Dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....  | 102 |
| 4.2.2.1 | Pengaruh Secara Parsial <i>Brand Ambassador</i> , Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....  | 104 |
| 4.2.2.2 | Pengaruh Secara Parsial Reputasi Merk Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....  | 106 |
| 4.2.2.3 | Pengaruh Secara Parsial <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya .....   | 108 |
| 4.2.3   | Pengaruh Secara Simultan <i>Brand Ambassador</i> , Reputasi Merk, Dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya ..... | 111 |

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

|                             |                |     |
|-----------------------------|----------------|-----|
| 5.1                         | Simpulan ..... | 114 |
| 5.2                         | Saran .....    | 115 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> ..... |                | 118 |

## DAFTAR TABEL

| Nomor | Judul   | Halaman |
|-------|---|---------|
| 1.1   | Jumlah UMKM berdasarkan Jenis Usaha UMKM di Kota Tasikmalaya .....  | 7       |
| 1.2   | Data Penjualan UMKM Sektor Fashion Anggota WUBI Tasikmalaya Periode 2018 – 2022.....  | 9       |
| 2.1   | Penelitian Terdahulu .....  | 49      |
| 3.1   | Operasionalisasi Variabel .....   | 65      |
| 3.2   | Skala Likert Alternatif Jawaban, Skor Positif dan Skor Negatif.....   | 67      |
| 3.3   | Jumlah Konsumen pada Setiap UMKM Produk Fashion WUBI di Wilayah Kerja Kantor Perwakilan Bank Indonesia Tasikmalaya .....  | 68      |
| 3.4   | Konsumen yang akan dijadikan sampel dari 6 (enam) UMKM produk fashion WUBI .....  | 69      |
| 3.5   | Pengaruh Langsung dan Tidak langsung Antara Variabel Penelitian.....  | 74      |
| 4.1   | Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....  | 79      |
| 4.2   | Klasifikasi dan Rekapitulasi Data <i>Brand Ambassador</i> pada UMKM Produk Fashion Binaan WUBI di Wilayah Kerja Kantor Perwakilan Bank Indonesia Tasikmalaya..... | 80      |
| 4.3   | Klasifikasi penilaian indikator <i>Brand Ambassador</i> secara Keseluruhan .....  | 84      |
| 4.4   | Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Reputasi Merk ...  | 86      |
| 4.5   | Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Reputasi Merk pada UMKM Produk Fashion Binaan WUBI di Wilayah Kerja Kantor Perwakilan Bank Indonesia Tasikmalaya.....           | 86      |
| 4.6   | Klasifikasi penilaian indikator Reputasi Merk secara keseluruhan .....  | 89      |
| 4.7   | Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Word of mouth</i> .....   | 91      |
| 4.8   | Klasifikasi dan Rekapitulasi Data <i>Word of mouth</i> pada UMKM Produk Fashion Binaan WUBI di Wilayah Kerja Kantor Perwakilan Bank Indonesia Tasikmalaya.....    | 91      |

|      |  |     |
|------|--|-----|
| 4.9  | Klasifikasi penilaian indikator <i>Word of mouth</i> secara keseluruhan .....  | 93  |
| 4.10 | Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Keputusan Pembelian.....  | 95  |
| 4.11 | Klasifikasi dan Rekapitulasi Data Keputusan Pembelian pada UMKM Produk Fashion Binaan WUBI di Wilayah Kerja Kantor Perwakilan Bank Indonesia Tasikmalaya ..... | 95  |
| 4.12 | Klasifikasi penilaian indikator Keputusan Pembelian secara keseluruhan .....   | 99  |
| 4.13 | Pengaruh $X_1$ , $X_2$ dan $X_3$ terhadap $Y$ .....  | 103 |

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penyusun panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“PENGARUH *BRAND AMBASADOR*, REPUTASI MEREK, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada Konsumen UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Wilayah Kerja Kantor Perwakilan Bank Indonesia Tasikmalaya)”**.

Tesis ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Magister pada program studi Manajemen Pascasarjana Universitas Siliwangi Tasikmalaya. Selama penyusunan usulan penelitian ini tentunya penyusun mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penyusun. Dengan segala kerendahan hati, penyusun mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Istri terkasih dan anak tersayang, yang selalu memberikan do'a dan kasih sayang, tak henti mendukung dan menjadi sumber inspirasi terbaik bagi penyusun.
2. Dr. Ir. Nundang Busaeri, M.T., IPU. selaku Rektor Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
3. Dr. Jajang Badruzaman, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Siliwangi Tasikmalaya dan selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun tesis ini.

4. Dr. Edy Suroso S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen di Pascasarjana Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
5. Dr. Apip Supriadi., S.E., M.Si., CRA., CRP selaku Pembimbing II telah membimbing dan mengarahkan tesis.
6. Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Tasikmalaya beserta staf dan karyawan yang turut membantu terlaksananya penelitian.
7. Para Pengusaha UMKM binaan Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Tasikmalaya.
8. Seluruh Dosen dan staff Karyawan Program Pascasarjana Universitas Siliwangi.
9. Seluruh teman-teman angkatan 2021 program studi Magister Manajemen dan Konsentrasi Pemasaran Program Pascasarjana Universitas Siliwangi.
10. Serta pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata penyusun ucapkan terima kasih banyak semoga Allah SWT melimpahkan Karunia-Nya dalam setiap amal kebaikan kita dan diberikan balasan. Aamiin

Tasikmalaya, Agustus 2023

Penyusun

## **PERNYATAAN**

### **Dengan ini saya menyatakan bahwa:**

1. Karya tulis saya, tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik (Sarjana, Magister), baik di Universitas Siliwangi maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Tasikmalaya, September 2023

Yang membuat pernyataan,

Materai

Doni Junia Perdana  
218334008