

**BRAND AMBASSADOR DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI BANDUNG
MAKUTA CAKE**

**Penulis :
Astri Puspitasari**

**Pembimbing :
Dr. Ir. Dani Dagustani, MM.**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *brand ambassador* dan minat beli serta untuk mengetahui sebesar besar pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana pada taraf signifikansi sebesar 5%. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver.19.00*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* dan minat beli menunjukkan kategori baik. Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh terhadap minat beli. Besarnya pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli yaitu sebesar 65,7% sedangkan sisanya sebesar 34,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian. Jadi semakin tinggi *brand ambassador*, maka semakin tinggi minat beli.

Kata Kunci : *Brand Ambassador* dan Minat Beli.

BRAND AMBASSADOR TO INCREASE BUYING INTEREST AT ONE OF THE CAKE SHOPS IN BANDUNG

***Written by:
Astri Puspitasari***

***Under Guidance of:
Dr. Ir. Dani Dagustani, MM.***

ABSTRACT

This research is aims to determine the imagine of brand ambassador and buying interest and also to find out how much brand ambassador can influence buying interest.

Method in this research is used descriptive and verifikatif method. Sampling technique used in this research is used non probability sampling with purposive sampling method, and sample in this research used 100 respondents. This research to analyzing used simple linear regression method and level of significant is 5%. The program to analyzing data using Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver.19.00.

Based on this research, brand ambassador and buying interest shows good category. The result of analysis shows that brand ambassador influence of buying interest. The influence of brand ambassadors of buying interest is 65,7% while the remaining 34,3% is explained by other variables outside the research model. The result is if brand ambassador show high, then buying interest show high too.

Keywords: Brand Ambassador and Buying Interest.