

**PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN
BRAND AMBASSADOR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KAHF
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

Skripsi

Oleh:

Muhammad Yusuf Fito Pratama Putra

202010325396



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, *Brand Image*, Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Kahf (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Muhammad Yusuf Fito Pratama Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325396

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

MENYETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Dhian Tyas Wintari, S.E., M.M., MBA

NIDN. 0309048102


Dr. Heni Rohaeni, S.Sos, M.Si

NIDN. 0314068202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, *Brand Image*, Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Kahf (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Muhammad Yusuf Fito Pratama Putra

Nomor Pokok : 202010325396

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom, MBA
NIDN. 0325027901

Sekretaris Tim Penguji : Choiroel Woestho, SE., ME
NIDN. 0325068506

Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA
NIDN. 0309048102



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen


Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Harga, *Brand Image*, Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Kahf (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 26 Juli 2024
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Yusuf Fito Pratama Putra
202010325396

ABSTRAK

Muhammad Yusuf Fito Pratama Putra. 202010325396. Pengaruh Harga, *Brand Image* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian pada *Brand Kahf* (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan antara harga, *brand image*, dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pada brand Kahf. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Kahf di prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan sampel 55 responden. Pengolahan data serta pengujian hipotesis menggunakan software SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, dan *brand ambassador* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa harga, *brand image*, *brand ambassador* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : harga, *brand image*, *brand ambassador*, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Muhammad Yusuf Fito Pratama Putra. 202010325396. *The Influence of Price, Brand Image and Brand Ambassador on Purchasing Decisions of the Kahf Brand (Study of 2020 Management Study Program Students, Bhayangkara University, Jakarta)*

The research carried out aims to determine partially and simultaneously the relationship between price, brand image and brand ambassador on purchasing decisions for the Kahf brand. This research is research with a quantitative approach. The sampling technique used is saturated sampling. The population in this study were all Kahf consumers in the Management study program Class of 2020, Bhayangkara University, Greater Jakarta with a sample of 55 respondents. Data processing and hypothesis testing used SPSS 26 software. The research results showed that price partially had a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image partially had a positive and significant effect on purchasing decisions, and brand ambassador partially had a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneous test results show that price, brand image, brand ambassador simultaneously influence purchasing decisions.

Keywords: *price, brand image, brand ambassador, and purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Kahf (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya”**. Tujuan dari skripsi ini dibuat adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih kelulusan Sarjana Manajemen Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala serta kesalahan. Kendala tersebut dapat diantisipasi oleh penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran serta selalu memberikan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.

5. Ibu Dr. Heni Rohaeni, S.Sos, M.SI selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran serta selalu memberikan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
6. Segenap Dosen dan jajaran Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna dan berharga selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
7. Dengan penuh rasa hormat dan cinta, serta ungkapan terima kasih kepada Bapak dan Ibu tercinta. Bapak Rusito yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang dan serta jasa mu selama ini. Semoga sehat selalu dan Panjang umur. Dan Ibu Nancy Fitria sebagai sumber inspirasi dan kekuatan dalam hidup saya, kehadiranmu membimbing dan mendorong saya melalui setiap langkah penelitian ini. Terima kasih atas doa, cinta, dan dukungan tak terbatasmu. Semoga karya ini dapat menjadi bukti rasa terima kasih dan penghargaan saya untukmu, dan membanggakanmu dengan gelar yang saya perjuangkan selama ini.
8. Sahabat penulis yang selalu menemani, menghibur, membantu memberikan semangat dan dukungan selama penyusunan skripsi ini. Terimakasih kepada Tsamara , Helmi , Mayang, Belva , Ryan, Galih , Abid, Yazid, Adam, Juna, Reja Dan Andhika. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah dan menemani penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman – Teman Adzansyah, Alfito , Aldo, Riga, Ripki, Rizky, Satrio, Dan Tegar yang saling memberikan dukungan satu sama lain dan juga membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk diri saya sendiri, terimakasih telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan salah satu pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri
11. Teman-teman seperbimbingan Alfira , Aris, dan Marisa turut serta saling support dalam penyelesaian skripsi ini.
- Penulis skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan terbatasnya dalam penyampainya. Maka, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar lebih baik di masa yang akan datang semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 26 Juli 2024



Muhammad Yusuf Fito Pratama Putra
202010325396

DAFTAR ISI

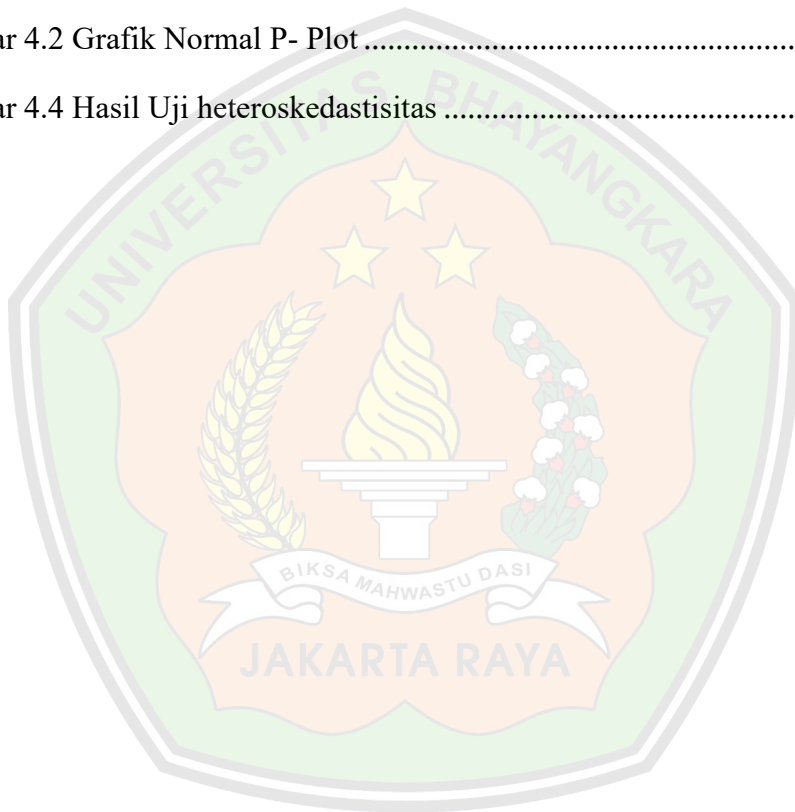
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Batasan Masalah.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Keputusan Pembelian	14
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian	15
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Harga	16
2.2.1 Pengertian Harga.....	16
2.2.2 Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Harga	18
2.2.3 Indikator Harga	20
2.3 <i>Brand Image</i>	20
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	20

2.3.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	22
2.3.3 Indikator <i>Brand Image</i>	23
2.4 <i>Brand Ambassador</i>	23
2.4.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	23
2.4.2 Karakteristik <i>Brand Ambassador</i>	25
2.4.3 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	26
2.5 Telaah Empiris	27
2.6 Kerangka Konseptual	30
2.7 Hipotesis Penelitian	31
2.7.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.7.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.7.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.7.4 Pengaruh Harga, <i>Brand Image</i> Dan <i>Brand Ambassador</i> , Terhadap Keputusan Pembelian	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Populasi Dan Sampel	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel	35
3.2.3 Teknik Sampling	35
3.3 Jenis Dan Sumber Data	36
3.3.1 Jenis Data	36
3.3.2 Sumber Data	36
3.4 Definisi Operasional Variabel Dan Skala Pengukurannya	37
3.4.1 Definisi Operasional Variabel	37
3.4.2 Skala Pengukuran	38
3.5 Metode Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis	39
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian	39
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	40
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.5.4 Pengajuan Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.2 Profil Kahf	46
4.1.3 Visi dan Misi	46
4.2 Deskripsi Data	47
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	47

4.2.2 Identitas Responden.....	48
4.3 Hasil Data	49
4.3.1 Uji Validitas	49
4.3.1 Uji Reliabilitas	54
4.4 Uji Asumsi Klasik	55
4.4.1 Uji Normalitas.....	55
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	56
4.4.3 Uji Multikolinieritas	57
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.6 Uji Hipotesis.....	60
4.6.1 Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t)	60
4.6.2 Uji Simultan (Uji f).....	62
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
4.7.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.7.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	64
4.7.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.7.4 Pengaruh Harga, <i>Brand Image</i> , Dan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.7.5 Koefisien Determinasi	66
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
REFERENSI.....	70
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Perawatan yang paling sering di pakai laki laki	2
Gambar 1.2 Top Brand Face Wash Pria	3
Gambar 1.3 <i>Brand Ambassador</i> Kahf.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	30
Gambar 4.1 Logo Kahf	46
Gambar 4.2 Grafik Normal P- Plot	56
Gambar 4.4 Hasil Uji heteroskedastisitas	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Kuesioner Pra Survey	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Face Wash	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	27
Tabel 3.1 Operasional Variabel	37
Tabel 3.2 Skala Likert	39
Tabel 4.1 Mekanisme Penyebaran Kuesioner	48
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas (X_1).....	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas (X_2).....	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas (X_3).....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas (Y).....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4.12 Hasil Uji t	61
Tabel 4.13 Hasil Uji f	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme	77
Lampiran 2 : Uji Referensi.....	79
Lampiran 3 : Surat permohonan penelitian.....	94
Lampiran 4 : Lembar Kuesioner	96
Lampiran 5 : Data Tabulasi Responden	101
Lampiran 6 : Uji SPSS	107
Lampiran 7 : Buku Bimbingan.....	129
Lampiran 8 : Data Riwayat Hidup	132

