

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN ERIGO MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN (STUDI KASUS PERUMAHAN TAMAN NAROGONG
INDAH RW 14)**

SKRIPSI

Oleh :

Arya Bayu Sayeti

202010325189



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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador dan Harga
terhadap Loyalitas Pelanggan Erigo melalui
Kepuasan Pelanggan (Studi kasus
Perumahan Taman Narogong Indah RW 14)

Nama Mahasiswa : Arya Bayu Sayeti

Nomor Pokok : 202010325189

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Hadita, S.Pd., M.M

Neng Siti Komariah, S.E., M.M

NIDN: 0329048302

NIDN: 0327128105

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* dan Harga
terhadap Loyalitas Pelanggan Erigo melalui
Kepuasan Pelanggan (Studi kasus
Perumahan Taman Narogong Indah RW 14)

Nama Mahasiswa : Arya Bayu Sayeti

Nomor Pokok : 202010325189

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni,

B.Sc., MBA.

NIDN. 0310036407

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN. 0318087101

Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., MM

NIDN. 0329048302

MENGETAHUI,

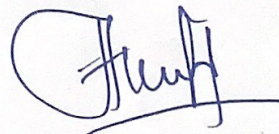
Ketua Program Studi
Manajemen



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 dengan judul pengaruh *brand ambassador* dan harga terhadap loyalitas pelanggan erigo melalui kepuasan pelanggan (studi kasus perumahan taman narogong indah rw 14) ini 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 dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberi 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, 25 Juli 2024



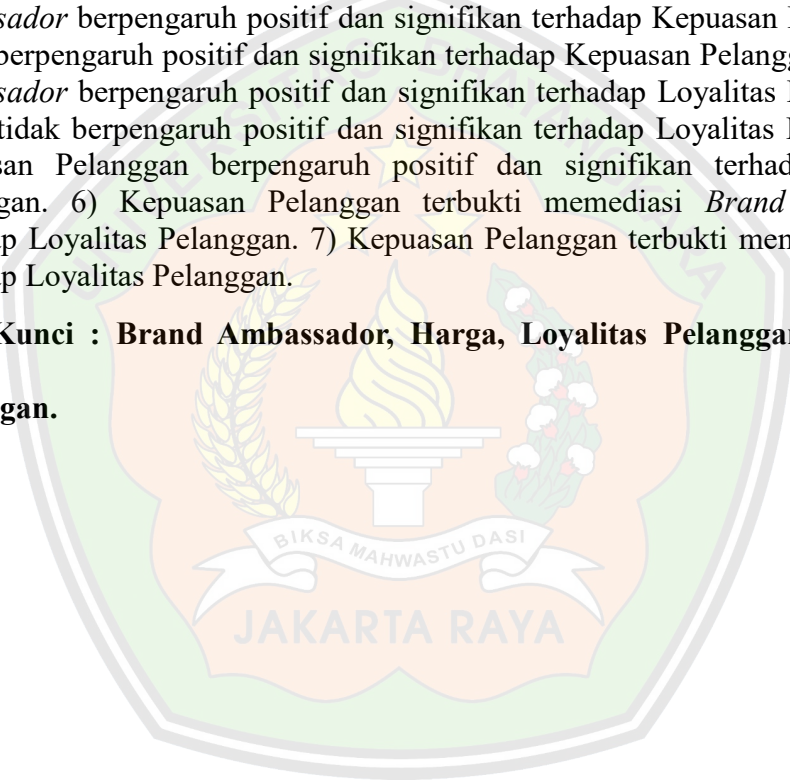
Arya Bayu Sayeti

202010325189

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* dan harga terhadap loyalitas pelanggan erigo melalui kepuasan pelanggan (studi kasus perumahan taman narogong indah rw 14). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 150 responden dan terfokus pada penduduk Perumahan Taman Narogong Indah RW 14 yang juga pernah membeli produk Erigo. Teknik pengambilan sampel menggunakan menggunakan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan metode statistik dengan Software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat variabel yang saling berpengaruh, seperti penjelasan singkat berikut ini: 1) *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 3) *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. 4) Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. 5) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. 6) Kepuasan Pelanggan terbukti memediasi *Brand Ambassador* terhadap Loyalitas Pelanggan. 7) Kepuasan Pelanggan terbukti memediasi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci : Brand Ambassador, Harga, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand ambassadors and price on Erigo customer loyalty through customer satisfaction (case study of the Taman Narogong Indah RW 14 housing complex). The type of research used in this research is quantitative research. The sample used was 150 respondents and focused on residents of the Taman Narogong Indah RW 14 Housing Complex who had also purchased Erigo products. The sampling technique uses a purposive sampling method. The data collection technique uses a questionnaire. Data analysis techniques use statistical methods with SmartPLS 4.0 software. The results of this research show that there are variables that influence each other, as in the following brief explanation: 1) Brand Ambassadors have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. 2) Price has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. 3) Brand Ambassadors have a positive and significant effect on Customer Loyalty. 4) Price does not have a positive and significant effect on Customer Loyalty. 5) Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty. 6) Customer Satisfaction is proven to mediate Brand Ambassadors on Customer Loyalty. 7) Customer Satisfaction is proven to mediate Price on Customer Loyalty.

Keywords: *Brand Ambassador, Price, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis dan atas izin-Nya jugalah penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan umatnya hingga akhir zaman. Dalam penulisan penelitian ini, penulis mengambil judul **“Pengaruh *Brand ambassador* dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Erigo Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perumahan Taman Narogong Indah RW 14)”**.

Penulis menyadari bahwa proposal Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) 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 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Dr. Dovina Navianti S.T., M.M selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Rycha Kuwara Sari, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing akademik yang telah membantu dan memberikan arahan terkhusus pada penulisan proposal skripsi ini.
5. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyetujui dan menerima proposal skripsi penulis.

6. Ibu Neng Siti Komariah, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyetujui dan menerima proposal skripsi penulis.
7. Bapak Adep Purnama selaku ketua RW yang telah memberikan dukungan dan kesempatan untuk melakukan penelitian pada Perumahan Taman Narogong Indah RW 14.
8. Kedua Orang Tuaku tercinta, Bapak Karlan dan Ibunda Restiningsih atas pengorbanan baik moral dan materi, memotivasi dan doannya. Serta dukungan penuh yang sudah kalian berikan selama ini. Semoga Allah SWT membalas keringat yang kalian korbankan atas semua kasih sayangmu yang tak terukur oleh apapun nilainya. Terima kasih papa dan mama tercinta.
9. Teruntuk kakak-kakak tersayang Renda, Dimas, dan Ayu tiada hentinya mendukung dan memberikan semangat selama penulisan proposal skripsi ini berjalan, terimakasih atas kasih sayang, doa serta motivasi yang diberikan selama ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak dan momohon maaf tidak bisa menyebutkan satu per satu. Penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan pembaca. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini semoga kebbaikannya dibalas oleh Allah SWT Aamiin.

Jakarta, 25 Juli 2024

Penulis



Arya Bayu Sayeti
202010325189

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika penulisan	13
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1 Brand Ambassador	16
2.1.1 Pengertian Brand Ambassador	16
2.1.2 Karakteristik Brand Ambassador	17
2.1.3 Indikator Brand Ambassador.....	17
2.2 Harga	19
2.2.1 Pengertian Harga	19
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga	20
2.2.3 Indikator Harga	20
2.3 Loyalitas Pelanggan	22
2.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	22
2.3.2 Faktor Loyalitas Pelanggan.....	23
2.3.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	24
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	25

2.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	25
2.4.2	Faktor-faktor dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan.....	26
2.4.3	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	27
2.5	Telaah Empiris.....	28
2.6	Kerangka Konseptual	33
2.7	Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Desain Penelitian	39
3.2	Populasi dan Sampel	39
3.2.1	Populasi Penelitian.....	39
3.2.2	Sampel Penelitian.....	39
3.3	Jenis dan Sumber data	40
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	41
3.4.1	Definisi Operasional Variabel	41
3.4.2	Skala Pengukuran.....	42
3.5	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	43
3.5.1	Teknik Analisis Data SEM PLS	43
3.5.2	Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Gambaran umum Perusahaan.....	49
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	49
4.1.2	Logo Produk Erigo	50
4.1.3	Visi dan Misi	50
4.1.4	Variasi Produk Erigo	51
4.2	Deskripsi Data	54
4.2.1	Identitas Responden	54
4.3	Hasil Analisis Data	56
4.3.1	Skema Model <i>Partial Least Square</i>	56
4.3.2	Pengujian Hipotesis.....	68
4.4	Pembahasan	70
4.4.1	Pengaruh <i>Brand ambassador</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
4.4.2	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71

4.4.3	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	72
4.4.4	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	73
4.4.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	73
4.4.6	Pengaruh <i>brand ambassador</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	74
4.4.7	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	75
BAB V PENUTUP.....		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Keterbatasan Penelitian	78
5.3	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....		80
LAMPIRAN.....		85



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Range Harga Produk Distro (2024).....	6
Tabel 1. 2 Data Penjualan Erigo.....	7
Tabel 1. 3 Pra-survey Loyalitas Pelanggan Erigo di Perumahan Taman Narogong Indah RW 14	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3. 2 Skala Likert	43
Tabel 4. 1 Hasil responden berdasarkan umur	54
Tabel 4. 2 Hasil responden berdasarkan jenis kelamin	55
Tabel 4. 3 Hasil responden berdasarkan pekerjaan	56
Tabel 4. 4 Hasil Outer Model (loading factor).....	58
Tabel 4. 5 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	59
Tabel 4. 6 Hasil Cross Loading	59
Tabel 4. 7 Hasil Composite Reliability	61
Tabel 4. 8 Hasil R Square (R ²)	62
Tabel 4. 9 Hasil F-Square.....	63
Tabel 4. 10 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur)	65
Tabel 4. 11 Hasil Analisa Mediasi	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Brand Distro Indonesia yang Mampu Go International	2
Gambar 1. 2 Penjualan Erigo x DeadSquad	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	33
Gambar 4. 1 Logo Erigo.....	50
Gambar 4. 2 T-Shirt Erigo	51
Gambar 4. 3 Celana Erigo	51
Gambar 4. 4 Kemeja Erigo.....	52
Gambar 4. 5 Jaket Erigo.....	52
Gambar 4. 6 Tas Erigo.....	53
Gambar 4. 7 Parfum Erigo	53
Gambar 4. 8 Outer Model	57
Gambar 4. 9 Inner Model	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarime.....	86
Lampiran 2 Uji Refrensi.....	88
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian	102
Lampiran 5 Hasil Uji SmartPLS	117
Lampiran 6 Buku Bimbingan.....	121
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	124

