

**PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN
BRAND AMBASSADOR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AMATERASUN**

SKRIPSI

OLEH :

ALYA SAHARA

202110325041



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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, *Brand Image* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Amaterasun

Nama Mahasiswa : Alya Sahara

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325041

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 5 Februari 2025



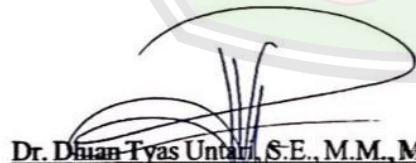
Jakarta, 12 Februari 2025

MENYETUJUI

BIKSA MAHWASTU DAS

Pembimbing I

Pembimbing II


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


M. Fadhli Nursal, SE, MM
NIDN: 0325057908

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, *Brand Image* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Amaterasun
Nama Mahasiswa : Alya Sahara
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325041
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 5 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Andrian, SE., MM

NIDN. 0321077102

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

NIDN. 0329048302

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

Dr. Yayan Hendayana, S.E., MM

NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alya Sahara
Nomor Induk Pokok : 202110325041
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 21 Agustus 2003
Alamat : Jalan Bulus Kp. Pulo Ceger RT 002/003
Jakasetia, Kecamatan Bekasi Selatan
Bekasi 17147

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Harga, *Brand Image* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Amaterasun” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali untuk kutipan yang disertakan sebagai referensi, yang sumbernya telah dicantumkan dengan jelas sesuai dengan aturan penulisan 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, 12 Februari 2025
Yang membuat pernyataan,



Alya Sahara
202110325041

ABSTRAK

Alya Sahara. 202110325041. Pengaruh Harga, *Brand Image* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Amaterasun.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, *brand image* dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk Amaterasun. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang menggunakan teknik *purposive sampling*. Populasi penelitian terdiri dari semua konsumen Amaterasun yang tinggal di Galaxy Bekasi Selatan, dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Untuk analisis data dan pengujian hipotesis menggunakan software SPSS versi 30. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa harga, *brand image*, dan *brand ambassador* memiliki pengaruh positif yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Uji simultan juga menunjukkan bahwa harga, brand image, dan brand ambassador secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, *Brand Image*, *Brand Ambassador*, Keputusann Pembelian

ABSTRACT

Alya Sahara. 202110325041. *The Influence of Price, Brand Image and Brand Ambassador on Purchasing Decisions of the Amaterasun*

This research aims to analyze the influence of price, brand image, and brand ambassador on the purchasing decisions of Amaterasun products. This study applies a quantitative approach using purposive sampling technique. The research population consists of all Amaterasun consumers living in Galaxy Bekasi Selatan, with a sample size of 120 respondents. For data analysis and hypothesis testing, SPSS version 30 software was used. The research results reveal that price, brand image, and brand ambassador have a significant positive partial effect on purchasing decisions. The simultaneous test also shows that price, brand image, and brand ambassador simultaneously influence the purchasing decision.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karuniaNya pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, *Brand Image* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Amaterasun”**. 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.

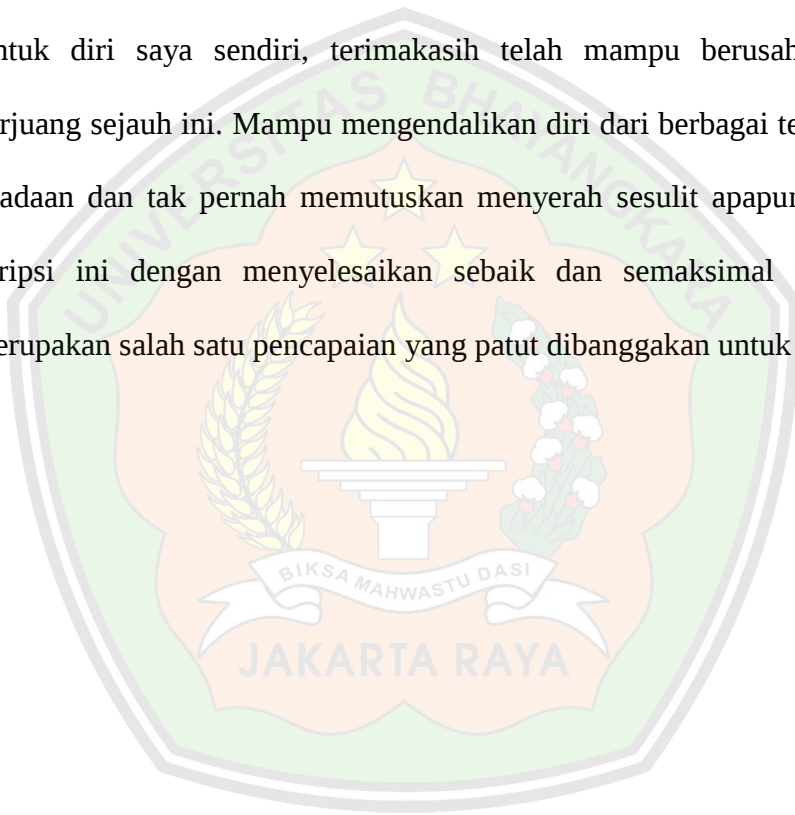
Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala serta kesalahan. Kendala tersebut dapat diantisipasi oleh penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya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

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Prof. Dr. Adler Haymans Manurung, SE, SH, M.Com., ME., CERA, CBV, CIMBA, RFC, CIRR, CIQnR, CIQaR, CMA, CDMS, CIFM, CIPA, CIMA,

CIERM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan juga arahan selama perkuliahan.

5. 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.
6. M. Fadhli Nursal, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran serta selalu memberikan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
7. 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.
8. Dengan penuh rasa hormat dan cinta, serta ungkapan terima kasih kepada Ibu tercinta. Ibu Halimah 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.
9. Dengan penuh rasa syukur, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Kakak tercinta Dinar Fatimah. Yang menjadi sumber inspirasi dan motivasi dalam setiap langkah yang saya tempuh. Kasih sayang, serta nasihatnya telah menjadi dorongan bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Sahabat penulis yang selalu menemani, menghibur, membantu memberikan semangat, dukungan, sumber inspirasi dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Kalian adalah pendorong semangat di saat-saat sulit, teman berbagi ide, dan pendengar setia ketika penulis membutuhkan dukungan. Terimakasih kepada Nandi, Desy, Putri, Sarah, Rahma, Awan, Siska, Amel, Aulia dan Jihan.
11. 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.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB 2 TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Telaah Teoritis.....	12
2.1.1 Teori Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Teori Bauran Pemasaran	12
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen	12
2.2 Keputusan pembelian	14
2.2.1 Proses Keputusan Pembelian	15
2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.3 Harga	16
2.3.1 Pengertian Harga.....	16
2.3.2 Dimensi Harga	17

2.3.3	Indikator Harga	18
2.4	<i>Brand Image</i>	18
2.4.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	18
2.4.2	Dimensi <i>Brand Image</i>	19
2.4.3	Indikator <i>Brand Image</i>	20
2.5	<i>Brand Ambassador</i>	21
2.5.1	Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	21
2.5.2	Fungsi <i>Brand Ambassador</i>	22
2.5.3	Indikator <i>Brand Ambassador</i>	22
2.6	Telaah Empiris	23
2.7	Kerangka Konseptual	27
2.8	Hipotesis Penelitian.....	28
2.8.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.8.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.8.3	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.8.4	Pengaruh Harga, <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	30
BAB 3 METODE PENELITIAN		31
3.1	Desain Penelitian	31
3.2	Rencana Waktu Penelitian.....	32
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel.....	32
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.4	Jenis dan Sumber Data	33
3.4.1	Jenis Data	33
3.4.2	Sumber Data.....	33
3.5	Definis Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	34
3.5.1	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.5.2	Skala Pengukuran.....	35

3.6	Metode Analisis Data	36
3.6.1	Uji Validitas	36
3.6.2	Uji Reabilitas.....	36
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.4	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.7	Uji Hipotesis.....	39
3.7.1	Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t)	39
3.7.2	Uji Simultan (Uji f).....	40
3.7.3	Koefisien Determinasi (Rsquare / R ²)	41
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.2	Profil Perusahaan	42
4.1.3	Visi dan Misi	44
4.1.4	<i>Strategy Branding</i>	44
4.2	Deskripsi Data	46
4.2.1	Penyebaran Dan Pengumpulan Kueisoner	46
4.2.2	Identitas Responden	47
4.3	Hasil Data	48
4.3.1	Uji Validitas	48
4.3.2	Uji Reliabilitas	50
4.4	Uji Asumsi Klasik	51
4.4.1	Uji Normalitas	51
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas	53
4.4.3	Uji Multikolinieritas	53
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.6	Uji Hipotesis.....	56
4.6.1	Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t).....	56
4.6.2	Uji Simultan (Uji f)	58
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	59

4.6.4	Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
4.7.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.7.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.7.3	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.7.4	Pengaruh Harga, <i>Brand Image</i> Dan <i>Brand Ambassadaor</i> Terhadap Keputusan Pembelian	63
BAB 5 PENUTUP.....		64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Keterbatasan Penelitian	65
5.3	Saran	66
REFERENSI.....		68
LAMPIRAN.....		73



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Kuesioner Pra Survey	3
Tabel 1.2 Perbandingan Harga <i>Sunscreen</i>	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel	34
Tabel 3.2 Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Mekanisme Penyebaran Kuesioner	46
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Karakteristik Frekuensi Pembelian	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas (X_1).....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas (X_2).....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas (X_3).....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas (Y).....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pemakaian Sunscreen	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4.1 Logo Amaterasun.....	42
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot.....	52
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme	74
Lampiran 2 : Uji Referensi	79
Lampiran 3 : Lembar Kuesioner	88
Lampiran 4 : Data Tabulasi Responden	93
Lampiran 5 : Uji SPSS	106
Lampiran 6 : Buku Bimbingan.....	127
Lampiran 7 : Data Riwayat Hidup	130

