

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* EIGER DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:

DHANI TEGUH PRASETYO

1.71041.1016

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2021

PERNYATAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dhani Teguh Prasetyo

NIM : 1710411016

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah ini yang berupa skripsi yang berjudul, Pengaruh *Brand Ambassador* Eiger dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Jember yang merupakan hasil karya sendiri. Kecuali pada beberapa kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun atau bukan karya plagiat. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan penelitiannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan serta paksaan dari pihak manapun. Saya bersedia memperoleh sanksi jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar

Jember, 27 Desember 2021

Yang menyatakan,



Dhani Teguh Prasetyo

NIM 17.1041.1016

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* EIGER DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI JEMBER**



Oleh:

DHANI TEGUH PRASETYO

1.71041.1016

Pembimbing :

Dosen Pembimbing 1 : Drs. Akhmad Suharto, MP

Dosen Pembimbing 2 : Wahyu Eko S, SE, MM

PENGESAHAN

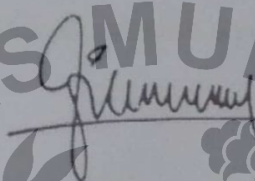
Skripsi berjudul Pengaruh *Brand Ambassador* Eiger dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Jember

Nama : Dhani Teguh Prasetyo

NIM : 17.1041.1016

Hari : Senin, 27 Desember 2021

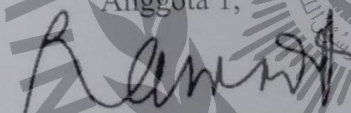
Tim Penguji



Retno Endah Supeni, Dra, MM

NPK 9510256

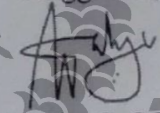
Anggota 1,



Drs. Akhmad Suharto, MP

NPK 89 06 242

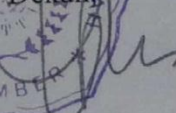
Anggota 2,




Wahyu Eko S, S.E, MM

NPK 15 09 633

Mengesahkan



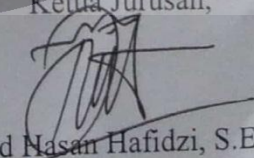
Dekan,



Maheni Ika Sari, S.E., MM

NIP. 19770811 2005 01 2001

Ketua Jurusan,



Achmad Nasan Hafidzi, S.E., MM

NPK 15 09 647

MOTTO

“Barang Siapa yang Mengerjakan Kebaikan Sekecil Apapun, Niscaya Dia Akan Melihat (balasan)Nya .”

(Q.S Al-zalzalah Ayat 7)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya serta atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa syukur. Penulis dalam menyusun skripsi tidak lepas dari bantuan banyak pihak dan ingin menyampaikan ungkapan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Akhmad Suharto, MP., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Wahyu Eko S, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
2. Kedua Orang Tua ku Tercinta yang tak pernah lelah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, doa, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih buat Bapak dan Ibuk;
3. Kakak dan Adik tercinta yang selalu memberikan dukungan dan semangat, serta doa dan kasih sayang.
4. Semua sahabat pejuang skripsi : Prawita, Sarah, Dindin, Irham, Dheni, Alifa dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per-satu, terima kasih telah memberikan bantuan dan dorongan semangat kepadaku;
5. Teman-teman Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2017

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Pengaruh *Brand Ambassador* Eiger dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Jember.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Drs. Akhmad Suharto, MP selaku dosen pembimbing I dan Wahyu Eko S, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Retno Endah Supeni Dra, MM selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.

- f. Kedua orang tua tercinta, Kakak dan Adik untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2017 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- h. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis beretrimakasih atas dukungan dan bantuan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Semoga skripsi ini dapat dipahami bagi siapapun yang membaca, sebagai referensi bagi penelitian berikutnya. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Desember 2021

Penyusun


Dhani Teguh Prasetyo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan umum.....	7
1.3.2 Tujuan Khusus.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Konsep Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.2 <i>Brand Ambaasador</i>	13
2.2.1 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	13
2.3 Kualitas produk.....	14
2.3.1 Tingkatan kualitas produk	14
2.3.2 Indikator Kualitas Produk	15
2.4 keputusan Pembelian.....	16

2.4.1 Faktor – Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	16
2.4.2 Indikator keputusan pembelian.....	18
2.6 Penelitian Terdahulu	19
2.7 Kerangka Konseptual.....	26
2.8 Hipotesis	27
2.8.1 Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian	27
2.8.2 Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian	27
BAB 3	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Identifikasi Variabel.....	29
3.1.1 Variabel Bebas	29
3.1.2 Variabel terikat	29
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.3 Desain Penelitian	31
3.4 Jenis Data	31
3.5 Populasi dan Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.5.1 Populasi.....	31
3.5.2 Sampel.....	31
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1 Teknik Analisi Kuantitatif.....	33
3.7.2 Uji Validitas	33
3.7.3 Uji Reliabilitas.....	33
3.7.4 UJI F	33
3.7.5 UJI T	33
3.7.5 Analisis koefisien Determinasi Parsial	34
BAB 4	35
Hasil dan Pembahasan.....	35
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.1 Profil Perusahaan PT. Eigerindo Multi Produk Industri.....	35
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	36

4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	38
4.2 Karakteristik Responden	40
4.2.1 Jenis Kelamin	40
4.2.2 Usia	40
4.2.3 Produk yang dimiliki	41
4.3 Deskripsi Variabel penelitian	41
4.3.1 Deskripsi Variabel Brand Ambassador (X1)	42
4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2)	43
4.3.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	45
4.4 Uji Validitas dan Realibilitas	47
4.4.1 Uji Validitas	47
4.4.2 Uji Reabilitas	48
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	50
4.5.1 UJI T	50
4.5.2 UJI F	51
4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi	52
4.6 Pembahasan dan hasil Penelitian	52
4.6.1 Brand Ambassador dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian	52
4.6.2 Brand Ambassador dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian	53
4.6.3 Variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian	55
BAB 5	56
KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4. 1 Definisi Operasional	36



DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Peralatan Outdoor terbaik Buatan Indonesia	1
Tabel 1.2 Daftar Pesaing Eiger di Jember	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	30
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis usia	40
Tabel 4.3 Berdasarkan produk Eiger Adventure yang responden miliki	41
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Brand Ambassador (X1).....	42
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X2).....	43
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4.7 Uji Validitas	47
Tabel 4.8 Uji Reabilitas	49
Tabel 4.9 UJI T.....	50
Tabel 4.10 UJI F	51
Tabel 4.11 Analisis Koefisien Determinasi	52