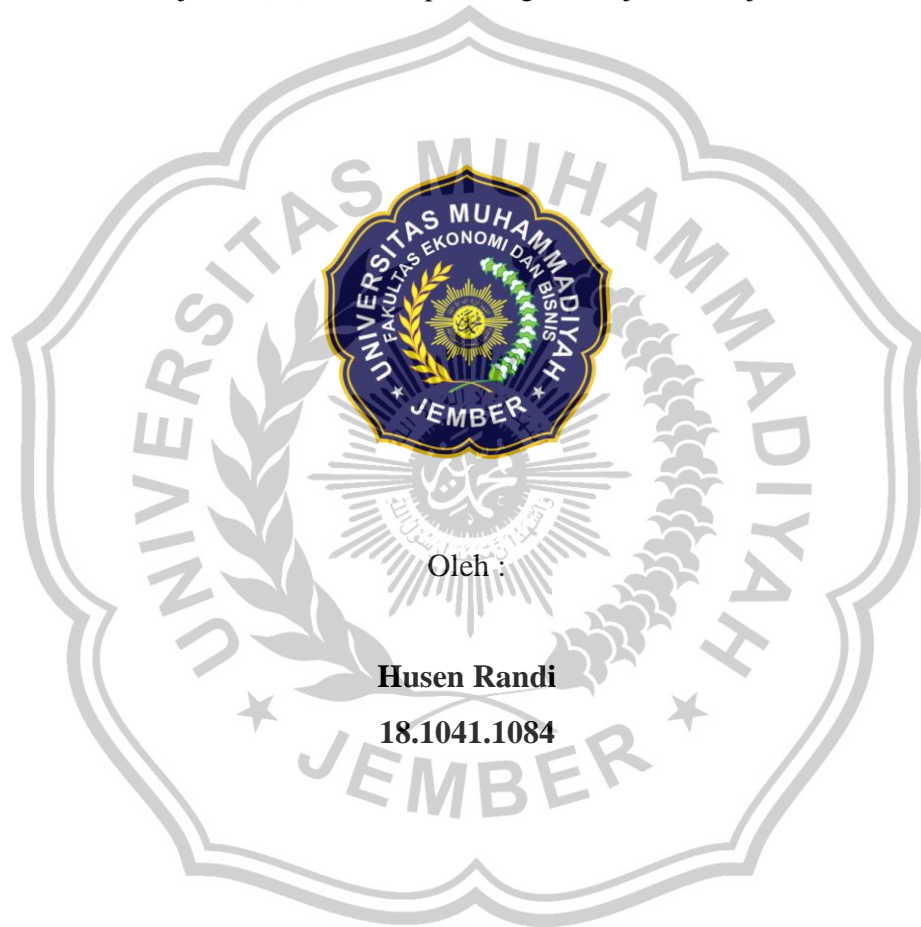


**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN HARGA TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN APLIKASI RUANG GURU  
(Studi Kasus Pada SMAN 03 Jember)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

**Husen Randi**

**18.1041.1084**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
2022**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Husen Randi  
NIM : 1810411084  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN HARGA TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI RUANG GURU (Studi Kasus Pada SMAN 03 Jember), adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

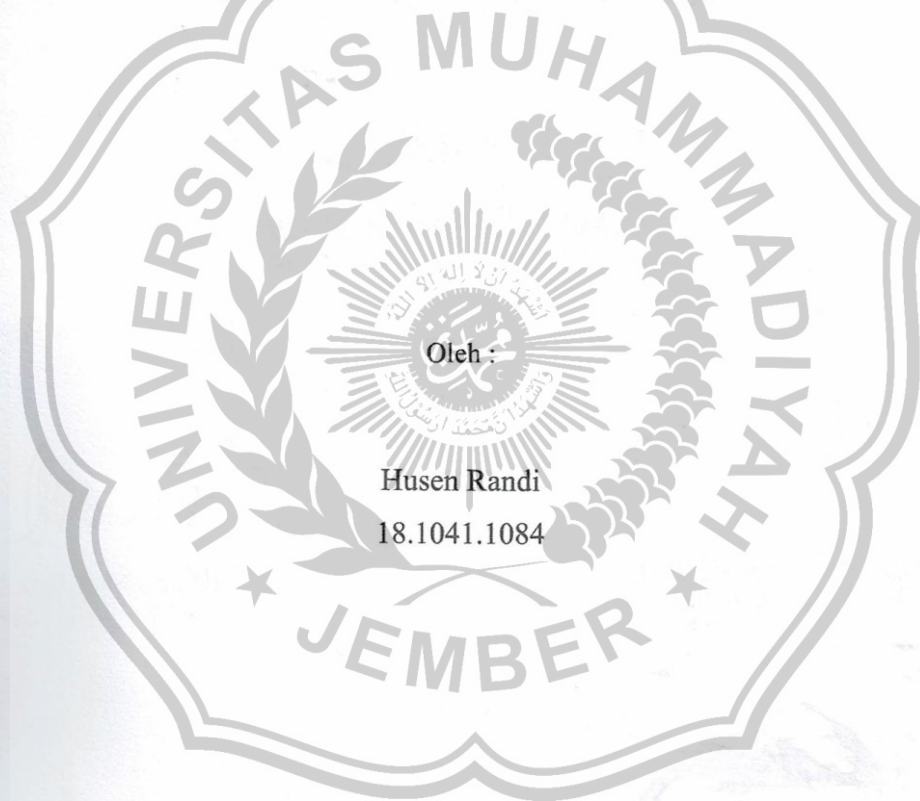
Jember, 24 Juni 2022  
Yang menyatakan,



Husen Randi  
NIM. 1810411084



**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN HARGA TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN APLIKASI RUANG GURU  
(Studi Kasus Pada SMAN 03 Jember)**



Oleh :

Husen Randi

18.1041.1084

**Pembimbing:**

**Dosen Pembimbing Utama**

: Drs. Akhmad Suharto, MP.

**Dosen Pembimbing Pendamping**

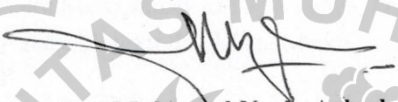
: Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN HARGA TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI RUANG GURU (Studi Kasus Pada SMAN 03 Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :


Nama : Husen Randi  
NIM : 1810411084  
Hari : Jum'at  
Tanggal : 24 Juni 2022  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

  
**Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si.**

NPK : 196612311993031006

Anggota 1,

  
**Drs. Akhmad Suharto, MP.**

NPK : 1962120118906242

Anggota 2,

  
**Tatit Diansari Reskiputri, SE, MM.**

NPK : 1990032111703804

Mengesahkan :



**Maheni Ika Sari, SE, MM**

NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,

  
**A. Hasan Hafidzi, SE, MM**

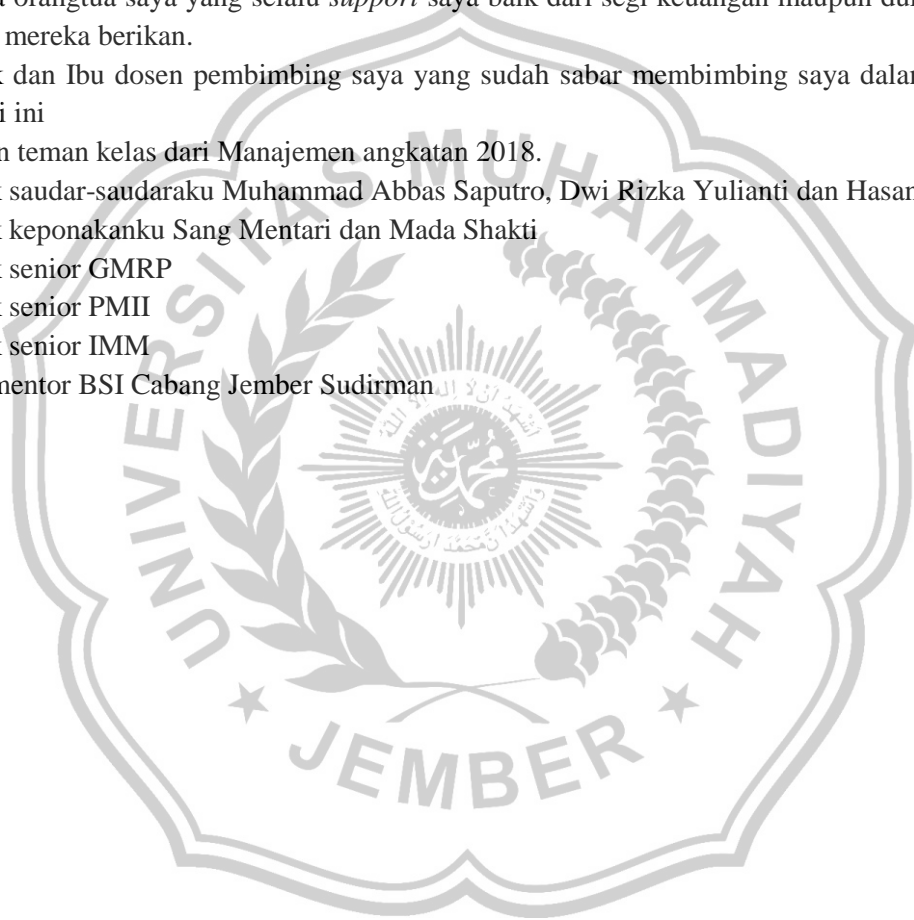
NPK : 19860514.1.1703796

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN HARGA TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI RUANG GURU (Studi Kasus Pada SMAN 03 Jember), Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtua saya yang selalu *support* saya baik dari segi keuangan maupun dukungan yang selalu mereka berikan.
2. Bapak dan Ibu dosen pembimbing saya yang sudah sabar membimbing saya dalam menyusun skripsi ini
3. Teman teman kelas dari Manajemen angkatan 2018.
4. Untuk saudar-saudaraku Muhammad Abbas Saputro, Dwi Rizka Yulianti dan Hasan Randi
5. Untuk keponakanku Sang Mentari dan Mada Shakti
6. Untuk senior GMRP
7. Untuk senior PMII
8. Untuk senior IMM
9. Para mentor BSI Cabang Jember Sudirman



## MOTTO

“Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majelis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Surat Al-Mujadalah ayat: 11)

"Barangsiapa yang hendak menginginkan dunia, maka hendaklah ia menguasai ilmu. Barangsiapa menginginkan akhirat hendaklah ia menguasai ilmu, dan barangsiapa yang menginginkan keduanya (dunia dan akhirat) hendaklah ia menguasai ilmu," (HR Ahmad).

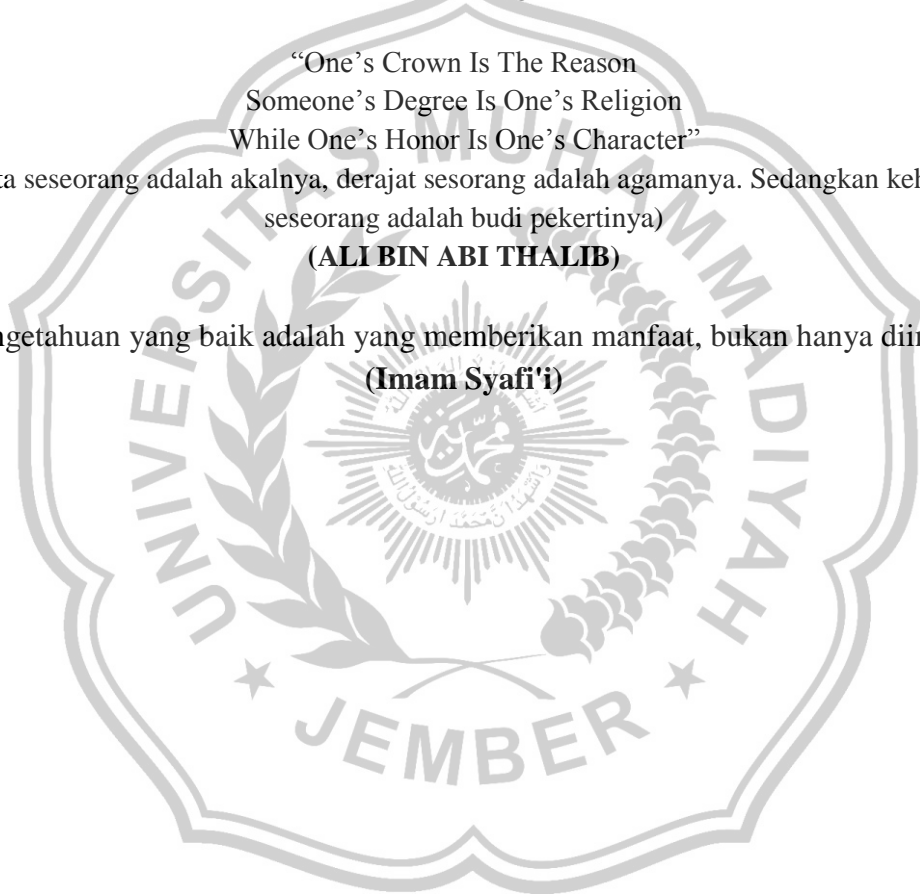
“One’s Crown Is The Reason  
Someone’s Degree Is One’s Religion  
While One’s Honor Is One’s Character”

(Mahkota seseorang adalah akal nya, derajat seseorang adalah agamanya. Sedangkan kehormatan seseorang adalah budi pekertinya)

(ALI BIN ABI THALIB)

"Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat."

(Imam Syafi'i)



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupanjatkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN HARGA TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI RUANG GURU (Studi Kasus Pada SMAN 03 Jember), Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Bapak Drs. Akhmad Suharto, MP, selaku dosen pembimbing I dan
3. Ibu Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
5. Ayah dan Ibu saya yang selalu mensupport dalam segala hal
6. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 24 Juni 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB 1</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2</b> .....	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	6
2.1.2 Fungsi Pemasaran.....	6
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	6
2.1.4 Dimensi <i>Brand Ambassador</i> .....	7
2.1.5 Peran <i>Brand Ambassador</i> .....	8
2.1.6 Harga.....	8
2.1.7 Minat beli .....	9
2.1.8 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli .....	9
2.2 Penelitian Terdahulu .....	10
2.3 Kerangka Konseptual.....	13
2.4 Hipotesis .....	14
2.4.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli.....	14
2.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	15
<b>BAB 3</b> .....	<b>16</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>16</b>
3.1 Identifikasi Variabel.....	16
3.1.1 Variabel Independen .....	16
3.1.2 Variabel Dependen.....	16
3.2 Definisi operasional .....	16
3.2.1 <i>Brand ambassador</i> .....	16
3.2.2 Harga.....	17
3.2.3 Minat Beli.....	17
3.3 Desain penelitian.....	18



3.4 Jenis Data.....	18
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	19
3.5.1 Populasi.....	19
3.5.2 Sampel.....	19
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	19
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.7 Teknik Analisis Data.....	20
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	20
3.7.2 Uji Instrumen Data.....	21
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	21
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	22
3.7.5 Uji Hipotesis.....	22
3.7.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	23
<b>BAB 4.....</b>	<b>24</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>24</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	24
4.1.1 Profil Perusahaan.....	24
4.1.2 Sejarah Ruangguru.....	24
4.1.3 Visi & Misi Ruangguru.....	25
4.1.4 Produk Ruangguru.....	26
4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	28
4.2 Karakteristik Responden.....	28
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	30
4.4 Hasil dan Pembahasan.....	35
4.5 Hasil Analisis Data.....	35
4.5.1 Pengujian Instrumen Data.....	35
4.5.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	36
4.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
4.5.4 Uji Hipotesis.....	39
4.5.5 Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	40
4.6 Pembahasan.....	40
4.6.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli.....	40
4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	41
<b>BAB 5.....</b>	<b>42</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>42</b>
5.1 Kesimpulan.....	42
5.2 Saran.....	42
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>43</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>45</b>

## DAFTAR TABEL

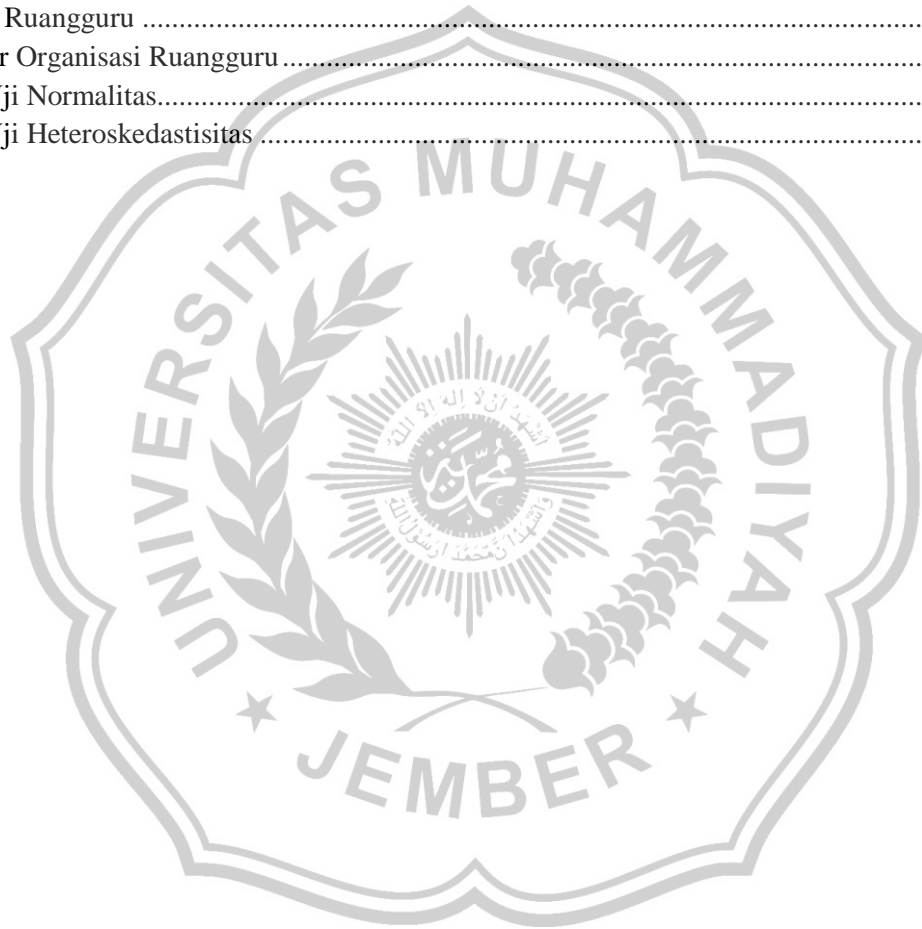
### Tabel

1.1 Hasil Pra Survey Minat Beli aplikasi Ruangguru .....	3
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
4.2 Karakteristik Berdasarkan Kelas Siswa .....	29
4.3 Karakteristik Berdasarkan Konsentrasi Siswa .....	29
4.4 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tontonan Iklan Aplikasi Ruangguru .....	30
4.5 <i>Brand Ambassador</i> (X1) .....	30
4.6 <i>Brand Ambassador</i> (X1) .....	31
4.7 <i>Brand Ambassador</i> (X1) .....	31
4.8 <i>Brand Ambassador</i> (X1) .....	31
4.9 Harga (X2) .....	32
4.10 Harga (X2) .....	32
4.11 Harga (X2) .....	33
4.12 Harga (X2) .....	33
4.13 Minat Beli (Y) .....	33
4.14 Minat Beli (Y) .....	34
4.15 Minat Beli (Y) .....	34
4.16 Minat Beli (Y) .....	35
4.17 Hasil Uji Validitas .....	36
4.18 Hasil Uji Reliabilitas .....	36
4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
4.20 Hasil Uji Multikolonieritas .....	38
4.21 Hasil Uji t .....	39
4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	40

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

1.1 Aplikasi Pendidikan dengan Rating Tertinggi di Dunia .....	2
1.2 Pengguna Aplikasi Ruang Guru .....	2
2.1 Kerangka Konseptual .....	14
4.1 Logo Perusahaan .....	24
4.2 CEO dan CPO Ruangguru.....	25
4.3 Kien Guru - Cabang Ruangguru berlokasi di Vietnam .....	25
4.4 Startdee - Cabang Ruangguru berlokasi di Thailand.....	25
4.5 Website Ruangguru .....	26
4.6 Produk Ruangguru .....	27
4.7 Struktur Organisasi Ruangguru .....	28
4.8 Hasil Uji Normalitas.....	38
4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	39



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Statistik Dekskriptif
3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
4. Hasil Uji Asumsi Klasik
5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
6. Surat Keterangan Penelitian
7. Dokumentasi

