

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR (FIERSA BESARI), DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN T-SHIRT  
EIGER DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Jurusan Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**ANDREAS VAN VALADI**

**NPM 18420155**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA  
SURABAYA 2022**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AndreasVan Valadi NPM  
: 18420155

Alamat : Bakung Temenggungan RT 01/ RW 01, Kec. Balongbendo, Kab.  
Sidoarjo

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian T-shirt Eiger Di Surabaya**” bebas dari plagiat dan apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 2022

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow rectangular stamp. The signature is stylized and appears to read 'ANDREAS VAN VALADI'. The stamp has some text, including 'METR' and '18420155', but it is partially obscured by the signature.

Andreas Van Valadi

18420155

**SKRIPSI**  
**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* (FIERSA BESARI), DAN KUALITAS**  
**PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *T-SHIRT EIGER* DI**  
**SURABAYA**

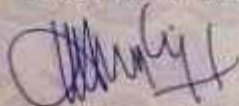
Diajukan oleh:

**ANDREAS VAN VALADI**

**18420155**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Wiwik Herawati, SE, MM

Tanggal, 15 Juni 2022

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si

Tanggal, 15 Juni 2022

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* (FIERSA BESARI), DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *T-SHIRT EIGER* DI SURABAYA

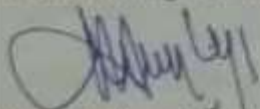
Dipersiapkan dan disusun oleh:

ANDREAS VAN VALADI

NPM : 18420155

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

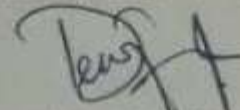


Wiwik Herawati, SE, MM.

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si.



Dewi Nuraini, SE, M.SM



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, .....



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul pengaruh brand ambassador dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian T-shirt Eiger di Surabaya.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini berhasil terselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Aks selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Wiwik Herawati, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Titik Inayati, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan baik dan sabar dalam membimbing penulis untuk menyusun skripsi dengan baik.
5. Ibu Djojo Dihadjo, M.M. selaku dosen wali.
6. Kedua Orang tua tercinta atas jasa-jasanya dalam segala hal yang dapat mendidik, memberi ilmu yang tak terbatas serta cinta dan kasih sayangnnya bagi penulis.
7. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya.  
Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi dan saran yang  
membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penelitian ini

Surabaya, 15 Juli 2022

Penulis

Andreas Van Valadi

18420155

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSCRATCT .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori	
2.1.1 Brand Ambassador .....	9
2.1.1.1 Definisi Brand Ambassador .....	9
2.1.1.2 Peran Brand Ambassador .....	9
2.1.1.3 Karakteristik Brand Ambassador .....	10
2.1.1.4 Indikator Brand Ambassador .....	11
2.1.1.3 Manfaat Brand Ambassador .....	12
2.1.2 Kualitas Produk .....	12
2.1.2.1 Definisi Kualitas Produk .....	12
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk .....	13
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk .....	14
2.1.2.4 Manfaat Kualitas Produk .....	15
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	16
2.1.3.1 Definisi Keputusan Pembelian .....	16
2.1.3.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian .....	17

2.1.3.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	22
2.1.3.5 Faktor-faktor Keputusan Pembelian .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Hipotesis dan Model Analisis .....	29
2.3.1 Hipotesis .....	30
2.3.2 Model Analisis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	31
3.2 Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1 Populasi .....	32
3.2.2 Sampel .....	32
3.3 Identifikasi Variabel .....	33
3.4 Definisi Operasional .....	33
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	37
3.6 Prosedur Pengumpulan Data .....	38
3.7 Teknik Analisis Data .....	39
3.7.1 Uji Validitas.....	39
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	39
3.7.3 Uji Regresi Linier Berganda .....	40
3.8 Uji Hipotesis .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Dari Objek Penelitian .....	42
4.2 Hasil Penelitian .....	43
4.2.1 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.2.2 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	44
4.2.3 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan ..	44
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	45
4.3.1 Deskripsi Variabel Brand Ambassador (X1) .....	45
4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2).....	46
4.3.3 Deskripsi Keputusan Pembelian (Y) .....	47
4.4 Analisis Data.....	48



4.4.1 Uji Instrumen .....	49
4.4.1.1 Uji Validitas .....	49
4.4.1.2 Uji Reliabilitas .....	50
4.5 Uji Model.....	52
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
4.6 Uji Hipotesis .....	54
4.6.1 Uji T .....	54
4.6.2 Uji Dominan .....	55
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
4.7.1 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian .....	57
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	58
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN .....</b>	<b>59</b>
5.1 Simpulan .....	59
5.2 Saran .....	60
5.3 Keterbatasan .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	24
4.1 Tabel Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	43
4.2 Tabel Deskripsi Responden Menurut Usia.....	44
4.3 Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
4.5 Tabel Tanggapan Responden Pada Variabel Brand Ambassador .....	46
4.6 Tabel Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Produk .....	47
4.7 Tabel Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian.....	48
4.10 Tabel Uji Validitas.....	49
4.11 Tabel Uji Reliabelitas.....	51
4.12 Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
4.14 Tabel Hasil Analisis Uji T.....	54
4.15 Tabel Hasil Uji T.....	56

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Model Analisis.....	30
--------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Output SPSS dan Tabulasi Data SPSS

## ABSTRAK

Pakaian sudah menjadi kebutuhan wajib manusia. Salah satu contoh pakaian yang sering dipakai orang adalah t-shirt. T-shirt sering dipakai dalam keseharian karena modelnya yang simple. Pada saat ini banyak perusahaan berlomba-lomba memproduksi t-shirt dengan ciri khas desainnya masing-masing untuk menarik perhatian konsumen. Tidak hanya itu, dalam upaya menarik perhatian konsumen perusahaan juga memakai cara strategi brand ambassador. Sadar jika mengandalkan brand ambassador saja tidak cukup, perusahaan juga terus mengembangkan kualitas produknya. Dalam penelitian ini membahas bagaimana pengaruh brand ambassador dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk T-shirt Eiger di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner menggunakan google form dengan skala likert. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan SPSS Versi 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand ambassador tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian t-shirt Eiger di Surabaya, sedangkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian t-shirt Eiger di Surabaya. Dan variabel yang paling dominan pada penelitian ini adalah kualitas produk.

**Kata kunci:** *brand ambassador*, kualitas produk, keputusan pembelian

## ABSTRACT

*Clothing has become a mandatory human need. One example of clothing that people often wear is a t-shirt. T-shirts are often used in everyday life because of the simple model. Currently, many companies are competing to produce t-shirts with their own distinctive designs to attract the attention of consumers. Not only that, in its efforts to attract the attention of consumers, the company also uses a brand ambassador strategy. Realizing that relying on brand ambassadors is not enough, the company also continues to develop the quality of its products. This study discusses how the influence of brand ambassadors and product quality affect purchasing decisions on Eiger T-shirt products in Surabaya.*

*This study uses a quantitative approach and the number of respondents in this study were 100 respondents. The sample selection technique used is purposive sampling. Collecting data by distributing questionnaires using google form with a Likert scale. . The analysis technique used is multiple linear regression with SPSS Version 20.*

*The results of this study indicate that brand ambassadors have no significant effect on purchasing decisions of Eiger t-shirts in Surabaya, while product quality has a significant effect on purchasing decisions of Eiger t-shirts in Surabaya. And the most dominant variable in this research is product quality.*

***Keywords:*** brand ambassador, product quality, purchase decision