

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MIE
LEMONILO DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan
Dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program studi : Manajemen**



**Disusun oleh :
Aprilia Anastasya
20022000245**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

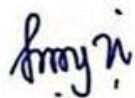
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aprilia Anastasya
Nomor Pokok : 20022000245
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : "Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pemebelian pada produk Mie Lemonilo di kota Malang"

Malang, 23 Februari 2024

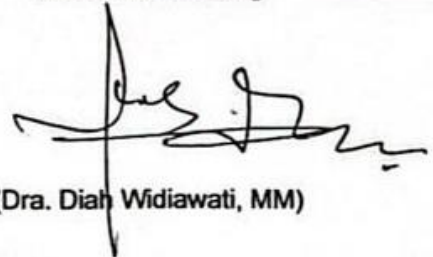
DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi Manajemen



(Irany Windhyastiti, SE., MM)

Dosen Pembimbing



(Dra. Diah Widiawati, MM)



(Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

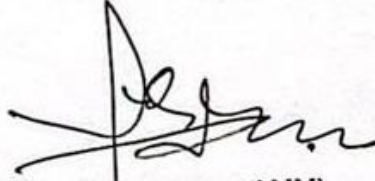
PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MIE
LEMONILO DI KOTA MALANG

Dipersiapkan dan disusun oleh :
APRILIA ANASTASYA
20022000245

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 13 Februari 2024

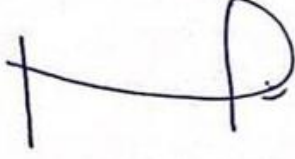
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



(Dra. Diah Widiawati, MM)

Sekretaris Penguji



(Dr. H Pudjo Sugito, MBA)

Anggota Penguji



(Dr. Syarif Hidayatullah, SE., MM)

**Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**

Malang, 26 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M.Si)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aprilia Anastasya
Nomor Pokok : 20022000245
Program Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Lemonilo Di Kota Malang
Lokasi / Tempat yang diteliti :
Alamat Rumah Asal :Jalan Sekolah RT 011 / RW 002 Pandanlandung, Kec Wagir Kab Malang, Jawa Timur
No. Telp / HP : 085704923294

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas adalah benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi.

Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 04 Maret 2024
Peneliti,


(Aprilia Anastasya)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Aprilia Anastasya

Nomor Pokok : 20022000245

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Malang, 11 April 2002

Alamat : Jalan Sekolahan RT 011 RW 002 Kelurahan
Pandanlandung , Kecamatan Wagir , Kabupaten Malang Jawa Timur

Nama Orang Tua (ayah) : Suprpto

(ibu) : Sriani

Riwayat Pendidikan : TK PGRI 1 Malang (2007 – 2008)

SD Negeri 01 Malang (2008 – 2014)

MTS Attaraqqie Putri Malang (2014 – 2017)

SMK Negeri 1 Malang (2017 – 2020)

Universitas Merdeka Malang (2020 – 2024)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi yang berjudul “PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MIE LEMONILO DI KOTA MALANG”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam penyusunan Skripsi ini tentu tidak lepas dari bimbingan , bantuan , arahan, serta doa dari berbagai pihak baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penelitian ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Drs. H. Fajar Supanto,SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Irary Windhyastiti, SE ,.MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Dra. Diah Widiawati, MM selaku Dosen Pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing , mengarahkan , memberikan nasehat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.
4. Semua staff pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
5. Kedua orang tua , Ayah tercinta Suprpto dan Ibu Sriani yang telah membesarkan dan mendidik saya juga membiayai kuliah saya hingga

memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Semoga mereka bangga dengan perjuangan saya , dan juga untuk kakak saya Fajar Iman Fadila yang selalu memberikan semangat, doa dan sering memberikan kue untuk penulis sehingga menjadi lebih semangat dalam mengerjakan skripsi.

6. Untuk pacar saya yaitu Syahrul Adi Saputra yang selalu sabar menemani penulis saat mengerjakan skripsi, memberi semangat dan hadiah saat penulis lelah mengerjakan skripsi.
7. Untuk 9 sahabat saya yaitu member dari grup D3 Teh Poci (Monica, Rodiya, Olivia, Irene, Lintang, Amel, Santika, Hanin dan Adel) yang selalu ada disaat penulis susah maupun senang , selalu memberi dukungan dan kasih sayang serta mau membantu penulis saat kesusahan untuk mengerjakan skripsi ini. Terima kasih berkat kalian penulis dapat menyelesaikan skripsi nya , semoga kalian selalu di selimuti dengan kebahagiaan dan Kesehatan hingga nanti kita bisa berkumpul kembali.
8. Untuk teman diluar kelas (Yulia, Tania dan Kak shelby) terimakasih sudah memberikan semangat serta menjadi teman yang baik dan tulus untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk teman saya mulai kecil yaitu (Tosi, Rona, Yilma dan Nia) yang selalu memberikan doa dan semangat untuk penulis sehingga bisa menyelesaikan kuliah hingga lulus.
10. Untuk adik keponakan saya yaitu Muhammad Wildan Syaputra yang selalu bertingkah lucu sehingga menambah semangat penulis dan menemani mengerjakan hingga larut malam untuk menyelesaikan skripsi ini.

11. Seluruh pihak yang mempunyai peran secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis hingga terselesaikan nya skripsi ini.
12. Dan terakhir, kepada diri saya sendiri Aprilia Anastasya terima kasih dengan segala usaha yang dilakukan untuk menyelesaikan skripsi ini hingga selesai, sudah bertahan dengan segala macam cobaan yang ada. Terima kasih sudah berjalan dengan baik dan benar, sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini kamu telah menyelesaikan dengan sebaik dan semaksimal mungkin. Bahagialah dengan segala macam kondisi dan dimanapun kamu berada.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari adanya kekurangan didalam penelitian ini. Oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Malang, Januari 2024

Penulis

Aprilia Anastasya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
1. <i>Brand Ambassador</i>	9
2. <i>Brand Image</i>	12
3. Kualitas Produk	15
4. Keputusan Pembelian.....	18
B. Hasil Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Berpikir.....	27
D. Pengembangan Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Definisi Operasional Variabel	31
B. Lingkup Penelitian.....	33
C. Lokasi Penelitian	33
D. Populasi dan Teknik penarikan sampel	33

1. Populasi.....	33
2. Sampel dan Teknik penarikan sampel.....	33
E. Jenis Data dan Sumber Data	34
1. Jenis Data	34
2. Sumber Data	35
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji instrumen	36
2. Uji Asumsi Klasik	37
3. Analisis Deskriptif	39
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
5. Uji Hipotesis	40
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	42
A. Hasil Penelitian	42
1. Gambaran Umum Perusahaan	42
2. Uji Instrumen Penelitian.....	43
3. Uji Asumsi Klasik	46
4. Deskripsi Responden Penelitian	49
5. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	52
6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
7. Uji Hipotesis	70
8. Uji koefisien determinasi (R^2)	73
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	81
1. Bagi Perusahaan	81
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Permintaan Mie Instan Menurut WINA (2022)	2
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 4 Skala Likert	36
Tabel 5 Uji Validitas	44
Tabel 6 Hasil Nilai Cronbach Alpha.....	45
Tabel 7 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	46
Tabel 8 Hasil Uji Multikolinieritas	47
Tabel 9 Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 10 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.....	50
Tabel 11 Jumlah responden berdasarkan tempat tinggal domisili	50
Tabel 12 Jumlah responden berdasarkan pengalaman konsumen	51
Tabel 13 Jumlah responden berdasarkan golongan konsumen	51
Tabel 14 Deskripsi Variabel Brand Ambassador (X1)	52
Tabel 15 Deskripsi Variabel Brand Image (X2)	56
Tabel 16 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3).....	59
Tabel 17 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 18 Uji Regresi Linier Berganda	69
Tabel 19 Tabel Uji F	70
Tabel 20 Uji t (Parsial)	72
Tabel 21 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 2 Logo Perusahaan Lemonilo.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	85
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuisisioner	89
Lampiran 3 Output SPSS.....	101
Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan Skripsi	112
Lampiran 5 Lembar Berita Acara Perbaikan / Revisi Skripsi	113
Lampiran 6 Surat Keterangan Hasil Pemeriksaan Kemiripan.....	114
Lampiran 7 Hasil Cek Similarity Turnitin	115

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mie Lemonilo Di Kota Malang. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan cara menyebarkan kuisioner melalui google form kepada seluruh masyarakat di Kota Malang. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil dari responden yang berjumlah 97 responden selama 7 hari melalui aplikasi google form tersebut. Metode analisa data dalam penelitian ini adalah menggunakan analisa deskriptif dan dan uji t serta uji f dan koofisien determinasi untuk menguji hipotesis dan data tersebut diolah menggunakan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yaitu *brand ambassador*, *brand image*, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie Lemonilo di Kota Malang. Hipotesis kedua *brand ambassador* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie Lemonilo di Kota Malang. Hipotesis ketiga *brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie Lemonilo di Kota Malang. Dan pada hipotesis keempat kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk mie Lemonilo di Kota Malang.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Kota Malang.

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of brand ambassador, brand image and product quality on purchasing decisions for Lemonilo Noodle products in Malang City. The method in this research uses a quantitative method by distributing questionnaires via Google Form to all people in Malang City. The data source used in this research is primary data taken from 97 respondents for 7 days via the Google Form application. The data analysis method in this research is to use descriptive analysis and t test as well as f test and coefficient of determination to test the hypothesis and the data is processed using the SPSS application.

The results of this research show that the first hypothesis, namely brand ambassador, brand image, and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions for Lemonilo noodle products in Malang City. The second hypothesis is that brand ambassadors have a positive and significant influence on purchasing decisions for Lemonilo noodle products in Malang City. The third hypothesis is that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions for Lemonilo noodle products in Malang City. And in the fourth hypothesis, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for Lemonilo noodle products in Malang City.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions, Malang City.