

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK
DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MIE INSTAN LEMONILO**

(Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen S1

AZ ZAHRA NUR MAULIDA

2002010063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK
DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MIE INSTAN LEMONILO**

(Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen S1

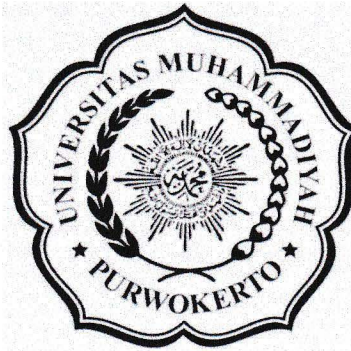
AZ ZAHRA NUR MAULIDA

2002010063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK
DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MIE INSTAN LEMONILO
(Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)**



SKRIPSI

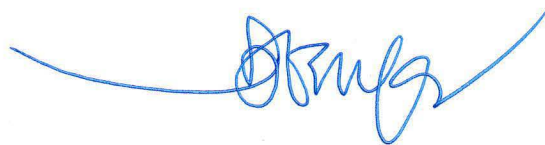
Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen S1

AZ ZAHRA NUR MAULIDA

2002010063

Diterima dan disetujui oleh:



Dr. Muchammad Agung Miftahuddin, S.E., M.Si.

NIK: 2160159

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Az Zahra Nur Maulida
NIM : 2002010063
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 23 April 2024
Yang membuat pernyataan



Az Zahra Nur Maulida

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh;

Nama : Az Zahra Nur Maulida
NIM : 2002010063
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo (Studi Pada Mahasiswa Di Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

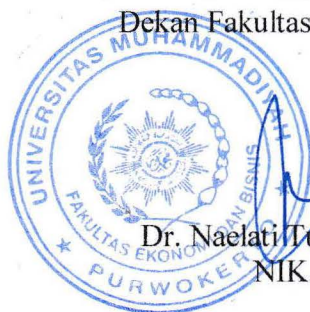
DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Muchammad Agung Miftahuddin, SE, M.Si
Anggota 1 : Dr. Erny Rachmawati, SE, MM
Anggota 2 : Ika Yustina Rahmawati, SE, M.Sc

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 23 April 2024

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naelati Tubastuvi, SE, M.Si.
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah in:

Nama : Az Zahra Nur Maulida
NIM : 2002010063
Program Studi : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN LEMONILO (Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Purwokerto
Pada tanggal: 23 April 2024
Yang menyatakan,



Az Zahra Nur Maulida

MOTTO

Every ending is a new beginning
- Young K

Sesungguhnya seorang mukmin adalah penanggung jawab atas dirinya (karena hendaknya ia senantiasa) mengintrospeksi diri karena Allah semata.

- Al-Imam Hasan Al-Bashri

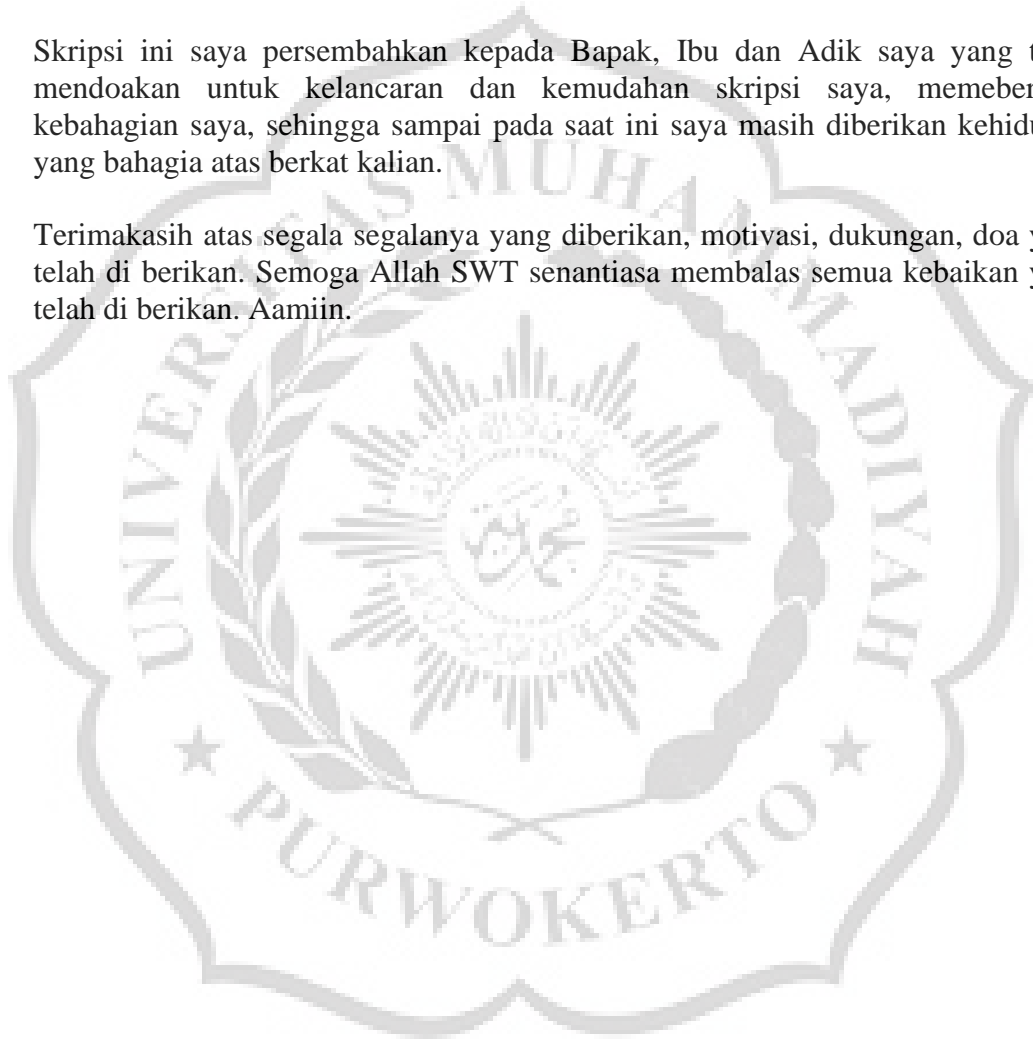


PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, atas segala rahmat karunia serta kenikmatannya yang telah di berikan kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi saya ini dengan penuh lika-liku dan proses yang tidak mudah.

Skripsi ini saya persembahkan kepada Bapak, Ibu dan Adik saya yang telah mendoakan untuk kelancaran dan kemudahan skripsi saya, memeberikan kebahagiaan saya, sehingga sampai pada saat ini saya masih diberikan kehidupan yang bahagia atas berkat kalian.

Terimakasih atas segala segalanya yang diberikan, motivasi, dukungan, doa yang telah di berikan. Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah di berikan. Aamiin.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
3. Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
4. Dr. Muchammad Agung Miftahuddin, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
5. Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM, yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Manajemen;
6. Ika Yustina Rahmawati, S.E., M.Sc, yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Manajemen;
7. Maulida Nurul Inayah, S.E., M.Sc, selaku dosen pembimbing akademik saya yang sudah memberikan semangat, bimbingan, masukan dan arahan dalam menyelesaikan tugas akhir;
8. Bapak/ibu dosen dan seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan

dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;

9. Bapak Surip Budiyono, S.H dan Ibu Peni Parwati, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup saya. Terimakasih atas doa, cinta, kepercayaan dan segala bentuk kasih sayang yang telah diberikan serta tanpa lelah mendengarkan keluh kesah saya sehingga bisa menyelesaikan pendidikan S1 ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan didunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, Aamiin;
10. Yang tersayang adik saya, Zhaqi Aswan Nurghifari yang selalu menghibur, memberikan semangat dan motivasi selama ini serta doa dan dukungan yang telah diberikan sehingga terselesaikan skripsi ini;
11. Pakde Didiet dan bude Alimah, yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungan selama saya berada di kota Purwokerto ini;
12. Sahabat kecil saya, Ghifari Tirta dan Amelia Berliana yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi dan menjadi teman keluh kesah, serta memberikan semangat yang luar biasa sehingga terselesaikannya skripsi ini;
13. Teman seperjuangan saya selama ada di bangku perkuliahan Tarisa, Silma dan Lutfia yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi dan memberikan kenangan indah selama saya berkuliah di Purwokerto;
14. Semua pihak yang telah mambantu dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu;
15. Terakhir saya ucapkan rasa terimakasih kepada diri saya sendiri, terimakasih sudah mampu berjuang dan tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini walau dengan berbagai halangan dan rintangan yang ada. Semoga tetap semangat dalam menjalani hari-hari kedepannya.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 23 April 2024

Penulis

Az Zahra Nur Maulida

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE
INSTAN LEMONILO
(Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)**

Az Zahra Nur Maulida¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail: zahranurmaulida2@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail: Muchammadagungm@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador*, kualitas produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk mie instan Lemonilo. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 125 dengan kriteria yang telah disyaratkan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik dan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan; Variabel *brand ambassador* (duta merek) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *brand image* (citra merek) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian hasil dari Uji F menunjukkan bahwa model persamaan regresi yang terbentuk masuk kriteria cocok (*fit*).

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

**THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADORS, PRODUCT QUALITY,
AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS FOR LEMONILO
INSTANT NOODLE PRODUCTS
(Study on Students in Purwokerto)**

Az Zahra Nur Maulida¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: zahranurmaulida2@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: Muchammadagungm@gmail.com

ABSTRACT

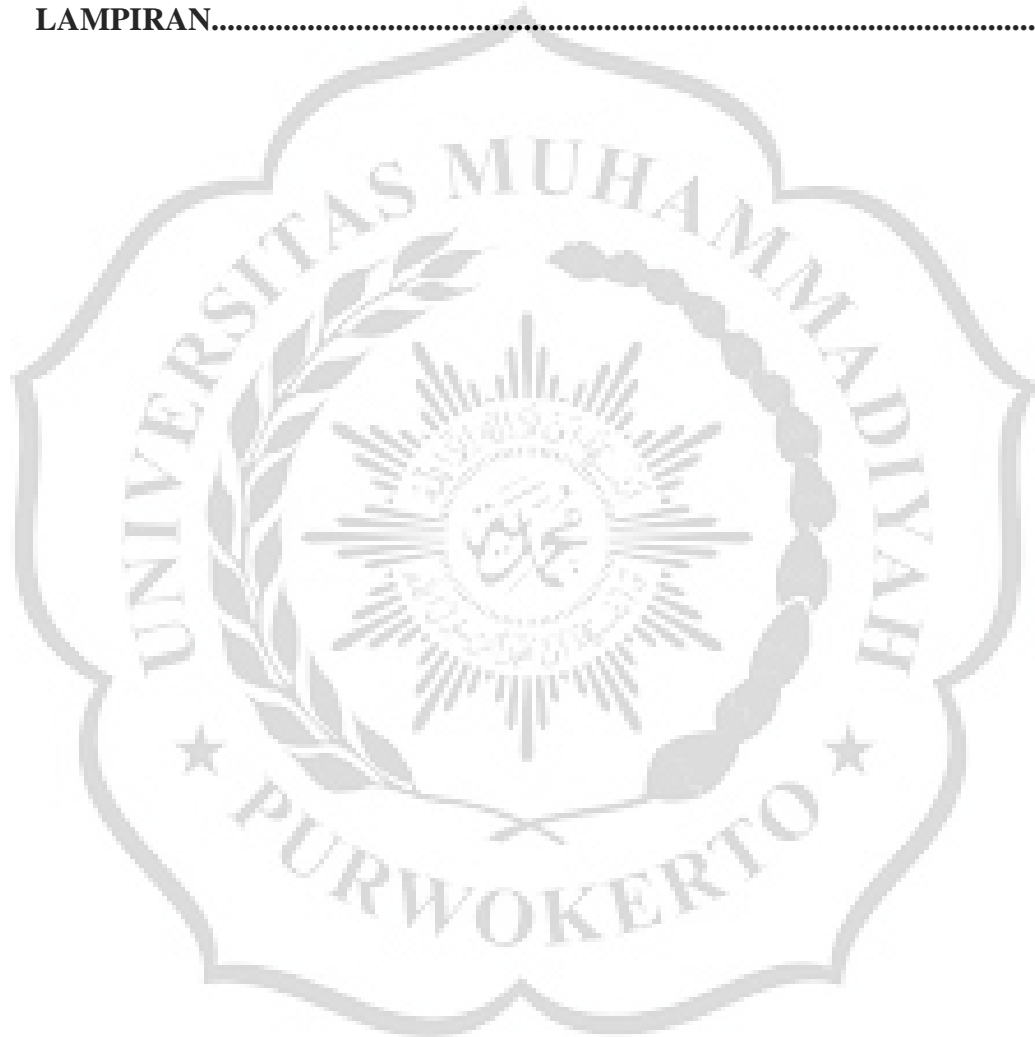
The purpose of this study was to determine the effect of brand ambassadors, product quality, and brand image on purchasing decisions for Lemonilo instant noodle products. The sampling technique in this study used purposive sampling. The number of samples used was 125 with the required criteria. The data analysis techniques used are Instrument Test, Classical Assumption Test and Multiple Linear Regression Analysis. The results showed; Brand ambassador variable has no significant effect on purchasing decisions. Product quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. Brand image variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. Then the results of the F test show that the regression equation model formed is included in the fit criteria.

Keywords: Brand Ambassador, Product Quality, Brand Image and Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Hasil Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Pemikiran.....	29
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Populasi dan Sampel	33
C. Jenis, Sumber dan Metode	35
D. Variabel Penelitian	37
E. Definisi Operasional.....	37
F. Metode Analisis Data.....	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Hasil Penelitian	49
B. Pembahasan.....	79
BAB V PENUTUP.....	84
A. Simpulan	84
B. Keterbatasan dan Saran	84
LAMPIRAN.....	89



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa dari 3 universitas yang akan menjadi sampel.....	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	37
Tabel 4.1 Respon Rate.....	51
Tabel 4.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Umur.....	52
Tabel 4.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Alamat.....	53
Tabel 4.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.5 Deskriptif Responden Berdasarkan Asal Universitas.....	55
Tabel 4.6 Deskriptif Responden Berdasarkan Program Studi.....	55
Tabel 4.7 Deskriptif Responden Berdasarkan Uang Saku.....	58
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pertanyaan Khusus.....	58
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Brand Ambassador.....	59
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	61
Tabel 4.11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Brand Image.....	62
Tabel 4.12 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolonieritas.....	69
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	70
Tabel 4.19 Hasil Uji Kecocokan Model.....	71
Tabel 4.20 Hasil Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4.21 Rangkuman Hasil Penelitian.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Konsumsi Mie Instan Terbesar di Dunia.....	2
Gambar 1.2 Penjualan Terlaris Mie Instan Di Shopee dan Tokopedia.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	43
Gambar 3.2 Kurva Uji Hepotesis.....	45
Gambar 3.3 Kurva Uji Hepotesis Pertama.....	46
Gambar 3.4 Kurva Uji Hipotesis Kedua.....	47
Gambar 3.5 Kurva Uji Hipotesis Ketiga.....	48
Gambar 4.1 Varian Menu Mie Lemonilo.....	49
Gambar 4.2 Kurva Penerimaan Uji F.....	73
Gambar 4.3 Kurva Penerimaan Hipotesis Pertama.....	75
Gambar 4.4 Kurva Penerimaan Hipotesis Kedua.....	76
Gambar 4.5 Kurva Penerimaan Hipotesis Ketiga.....	77