

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *TAGLINE*, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LE MINERALE (STUDI PADA KONSUMEN LE
MINERALE DI KOTA BANJARMASIN)**



Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NORIN IRAWATI

NIM: 1910312320027

**PROGRAM STUDI: MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR LEGALITAS

LEMBAR LEGALITAS

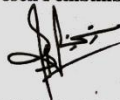
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *TAGLINE*, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LE MINERALE (STUDI PADA KONSUMEN LE
MINERALE DI KOTA BANJARMASIN)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

NORIN IRAWATI
NIM. 1910312320027

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal 06 September 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



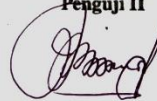
Dr. Tinik Suziati, S. Pd, MM
NIP. 19750807 200604 2 002

Penguji I



Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM
NIP. 19670909 199303 1 001

Penguji II



Drs. H. Ikhwan Faisal, M. Si, Ak, CA
NIP. 19700209 199303 1 003

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Norin Irawati
NIM : 1910312320027
Fakultas/Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Tagline*, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale (Studi pada Konsumen Le Minerale di Kota Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Rabu / 06 September 2023
Waktu Ujian : 10.30 WITA – Selesai

Disetujui oleh dosen pembimbing

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan.

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 24 Januari 2024

Mahasiswa



Norin Irawati
NIM. 1910312320027

Dosen Pembimbing



Dr. Tinik Sugianti, S. Pd, MM
NIP. 19750807 200604 2 002

Mengetahui
Koordinator Program Studi
Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

**LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Norin Irawati
Nim : 1910312320027
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Tagline*, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale (Studi pada Konsumen Le Minerale di Kota Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : 06 September 2023

Tim Penguji

Pembimbing : Dr. Tinik Sugiati, S. Pd, MM ()
Penguji I : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM ()
Penguji II : Drs. H. Ikhwan Faisal, M. Si, Ak, CA ()

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 31 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Norin Irawati

NIM. 1910312320027

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya mampu untuk menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Ambassador*, *Tagline*, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale (Studi Pada Konsumen Le Minerale di Kota Banjarmasin)”**.

Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana S1 Manajemen. Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tentunya saya mengalami banyak sekali hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang selalu memberikan kemudahan dan petunjuk di setiap hambatan yang ada dan berkat izin-Nya lah saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW, kekasih Allah SWT yang begitu mulia. Keteladannya beliau menambah semangat saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kedua orang tua saya tercinta, ayah saya Norhadi Irawan dan ibu saya Umi Kalsum yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat serta dukungan agar saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Kakak saya, saya ucapkan terima kasih kepada kakak saya yaitu Noris Irawan dan istrinya Mahdalena yang sudah memberikan saya motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M. Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
6. Bapak Abdul Hadi, SE. M. Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
7. Ibu Dr. Tinik Sugiati, S. Pd, MM selaku Dosen Pembimbing saya yang telah membantu saya dalam proses penyusunan dan mencari solusi dari permasalahan yang saya hadapi ketika menulis skripsi ini dengan sangat sabar dalam memberikan bimbingan.
8. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM dan Bapak H. Ikhwan Faisal, SE, M. Si, Ak, CA, ACPA selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan nasihat kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk saya selama saya menempuh pendidikan di Universitas Lambung Mangkurat ini.
10. Sahabat saya dari TK, Niha dan Ahda yang selalu memberikan canda dan tawa menghibur saya dan memberikan dukungan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
11. Diri saya sendiri Norin Irawati yang sudah berjuang melewati berbagai hambatan dan berusaha semaksimal mungkin untuk sampai pada titik ini.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa saya tuliskan satu persatu, terima kasih atas bantuan, dukungan, dan doa yang telah diberikan kepada saya.

Semoga segala kebaikan dan bantuan kalian akan dibalas oleh Allah SWT.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu,

saran dan masukan sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Banjarmasin, 31 Juli 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Norin Irawati'.

Norin Irawati

NIM. 1910312320027

ABSTRACT

Norin Irawati (2024). *The Influence of Brand Ambassador, Tagline, Price Perception and Product Quality on Purchasing Decision of Le Minerale (Study on Consumen Le Minerale in Banjarmasin). Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Lambung Mangkurat University.*
Advisor: Tinik Sugiati.

This research was conducted with the aim of analyzing (1) the influence of brand ambassadors on the purchasing decision of Le Minerale in the city of Banjarmasin, (2) the influence of the tagline on the purchasing decision of Le Minerale in the city of Banjarmasin, (3) the influence of price perceptions on the purchasing decision of Le Minerale in the city of Banjarmasin, (4) the effect of product quality on purchasing decisions of Le Minerale in the city of Banjarmasin.

The type of research used Is explanatory research. The population and sample in this study are consumers of Le Minerale in the city of Banjarmasin. The number of samples is 159 respondents. The sampling technique used non-probability sampling, namely purposive sampling. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis through the SPSS version 26 program.

The results of the study show that brand ambassadors have a significant effect on purchasing decisions for Le Minerale in the city of Banjarmasin. The tagline has a significant effect on the purchasing decision of Le Minerale in the city of Banjarmasin. Price perception has a significant effect on the purchasing decision of Le Minerale in the city of Banjarmasin. Product quality has a significant effect on Le Minerale purchasing decisions in the city of Banjarmasin.

Keywords: *Brand Ambassador, Tagline, Price Perception, Product Quality, Purchase Decision, Le Minerale.*

ABSTRAKSI

Norin Irawati (2024). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Tagline*, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale (Studi pada Konsumen Le Minerale di Kota Banjarmasin). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Pembimbing: Tinik Sugiati.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis (1) pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian Le Minerale di kota Banjarmasin, (2) pengaruh *tagline* terhadap keputusan pembelian Le Minerale di kota Banjarmasin, (3) pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian Le Minerale di kota Banjarmasin, (4) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Le Minerale di kota Banjarmasin.

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian explanatory. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Le Minerale di kota Banjarmasin. Jumlah sampel sebanyak 159 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling yaitu purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda melalui program SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Le Minerale di kota Banjarmasin. *Tagline* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Le Minerale di kota Banjarmasin. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Le Minerale di kota Banjarmasin. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Le Minerale di kota Banjarmasin.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Tagline*, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Le Minerale.

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	i
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Sistematika Pembahasan	16
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i>	18
2.1.2 <i>Tagline</i>	20
2.1.3 Persepsi Harga	22
2.1.4 Kualitas Produk.....	25
2.1.5 Keputusan Pembelian	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.2.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.2.2 Pengaruh <i>Tagline</i> Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.2.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	39

BAB III	41
KERANGKA KONSEPTUAL (MODEL PENELITIAN) DAN HIPOTESIS	41
3.1 Kerangka Konseptual	41
3.2 Hipotesis Penelitian	43
3.2.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	43
3.2.2 Pengaruh <i>Tagline</i> Terhadap Keputusan Pembelian	44
3.2.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	45
3.2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	45
BAB IV	47
METODE PENELITIAN	47
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	47
4.2 Jenis Penelitian	47
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian	48
4.4 Unit Analisis	48
4.5 Populasi dan Sampel	48
4.5.1 Populasi	48
4.5.2 Sampel	48
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	50
4.6.1 Variabel Independent (Variabel Bebas)	50
4.6.2 Variabel Dependent (Variabel Terikat)	51
4.6.3 Definisi Operasional Variabel	51
4.7 Teknik Pengumpulan Data	54
4.7.1 Kuesioner	55
4.8 Teknik Analisis Data	56
4.8.1 Analisis Deskriptif	56
4.8.2 Uji Instrument	57
4.8.3 Uji Outlier	58
4.8.4 Uji Asumsi Klasik	59
4.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.8.6 Uji Hipotesis	64
BAB V	66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	66
5.2 Hasil dan Analisis	71

5.2.1 Karakteristik Responden.....	71
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	76
5.2.3 Uji Instrumen Penelitian	89
5.2.4 Uji Outlier.....	93
5.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	96
5.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda	102
5.2.7 Uji Hipotesis	105
5.2.8 Pembahasan Hasil Penelitian	110
5.2.9 Implikasi Hasil Penelitian.....	117
5.2.10 Keterbatasan Penelitian.....	121
BAB VI	122
PENUTUP.....	122
6.1 Kesimpulan.....	122
6.2 Saran	123
6.2.1 Saran Teoritis.....	123
6.2.2 Saran Praktis	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN.....	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survei AMDK	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel	51
Tabel 5.1 Jenis Kelamin	71
Tabel 5.2 Usia	73
Tabel 5.3 Pendidikan Terakhir	74
Tabel 5.4 Pekerjaan	74
Tabel 5.5 Domisili	75
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Ambassador</i>	77
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Tagline</i>	80
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga	82
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	84
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	87
Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> (X1)	90
Tabel 5.12 Hasil Uji Validitas <i>Tagline</i> (X2)	90
Tabel 5.13 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X3)	91
Tabel 5.14 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X4)	91
Tabel 5.15 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	92
Tabel 5.16 Hasil Uji Reliabilitas	93
Tabel 5.17 Hasil Uji Normalitas Sebelum Uji Outlier	98
Tabel 5.18 Hasil Uji Normalitas Sesudah Uji Outlier	99
Tabel 5.19 Hasil Uji Linearitas	100
Tabel 5.20 Hasil Uji Multikolinearitas.....	101
Tabel 5.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas	102
Tabel 5.22 Hasil Pengolahan Data	103
Tabel 5.23 Hasil Uji t	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Brand Ambassador</i> Le Minerale	7
Gambar 1.2 Review Produk Le Minerale	12
Gambar 3.1 Model Kerangka Konseptual	41
Gambar 5.1 Logo Le Minerale	66
Gambar 5.2 Ukuran Produk Le Minerale.....	67
Gambar 5.3 Keamanan Produk Le Minerale	68
Gambar 5.4 Uji Outlier <i>Brand Ambassador</i>	94
Gambar 5.5 Uji Outlier <i>Tagline</i>	94
Gambar 5.6 Uji Outlier Persepsi Harga	95
Gambar 5.7 Uji Outlier Kualitas Produk	95
Gambar 5.8 Uji Outlier Keputusan Pembelian	96
Gambar 5.9 Grafik Uji Normalitas Sebelum Uji Outlier	97
Gambar 5.10 Grafik Uji Normalitas Sesudah Uji Outlier	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Penelitian Terdahulu.....	132
Lampiran 2. Tabel Definisi Operasional Variabel	136
Lampiran 3. Identitas Responden dan Petunjuk Pengisian	139
Lampiran 4. Kuesioner Pengisian	141
Lampiran 5. Hasil Data Kuesioner.....	145
Lampiran 6. Hasil Analisis	147