

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *CONTENT MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIAMOND MOBILE LEGEND
(STUDI PADA PLAYER MOBILE LEGEND DI BANJARMASIN)**



Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

AKHMAD MAULUDIN FAJAR

NIM : 2110312310029

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2025

LEMBAR LEGALITAS
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *CONTENT MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIAMOND MOBILE LEGEND
(STUDI PADA PLAYER MOBILE LEGEND DI BANJARMASIN)

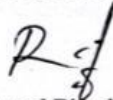
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

AKHMAD MAULUDIN FAJAR

NIM : 2110312310029

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 30 April 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



Dr. Ahmad Rifani, SE, MM
NIP. 19780705 200312 1 002

Penguji I



Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M. Si
NIP. 19730727 200112 2 001

Penguji II



Sudirwo SE, MM
NIP. 19770802 202321 1 006

Mengetahui

Koordinator Program Studi SI Manajemen



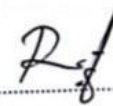
Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707-200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


Nama : Akhmad Mauludin Fajar
NIM : 2110312310029
Jurusan / Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Diamond Mobile Legend (Studi Pada Player Mobile Legend Di Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian dilaksanakan : Rabu, 30 April 2025
Waktu Ujian : 08.00 – 10.00 WITA

TIM PENGUJI

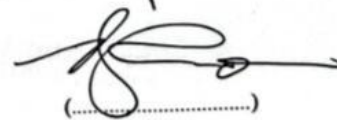
Pembimbing : Dr. Ahmad Rifani, SE, MM


(.....)

Penguji I : Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si


(.....)

Penguji II : Sudirwo SE, MM


(.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

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

Nama : Akhmad Mauludin Fajar

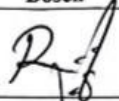


NIM : 2110312310029

Hari, Tanggal Ujian : Rabu, 30 April 2025

Waktu Ujian : 08.00 – 10.00 WITA

Tempat : Ruang Sidang 2 Gedung PG

Dengan ini telah melakukan perbaikan ujian skripsi berdasarkan saran Tim Penguji:

No	Nama Tim Penguji	Jabatan	Tanda Tangan Dosen
1	Dr. Ahmad Rifani, SE, MM	Pembimbing	
2	Dr. RR. Yulianti P., SE, M.Si	Penguji 1	
3	Sudirwo SE, MM	Penguji 2	

Demikian berita acara perbaikan ujian skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen


Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707.200501 1 001

Banjarmasin, 9 Mei 2025

Mahasiswa


Akhmad Mauludin Fajar
NIM. 2110312310029

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, 30 April 2025

Yang membuat pernyataan,


Akhmad Mauludin Fajar
NIM. 2110312310029

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti haturkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya serta tidak lupa peneliti panjatkan shalawat dan salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir yang berjudul **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIAMOND MOBILE LEGEND (STUDI PADA PLAYER MOBILE LEGEND DI BANJARMASIN)”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, sehingga peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Selama proses penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak bimbingan, dukungan, dan doa serta pelajaran yang sangat berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat beserta para jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

4. Bapak M. Zainal Abidin, S.Sos, MM selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah memberikan nasihat, bimbingan, arahan, dan konsultasi selama menjalani masa perkuliahan dari awal hingga akhir.
5. Bapak Ahmad Rifani, SE, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan nasihat, bimbingan, arahan, dan konsultasi selama proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir.
6. Ibu Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Sudirwo SE, MM selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Pengajar yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang sangat bermanfaat kepada peneliti selama menempuh perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
9. Seluruh staf dan karyawan/ti yang telah membantu kelancaran proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
10. Sebagai ungkapan terima kasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada orang tua tercinta Ayahanda Akhmad Nasir dan Ibunda Masriam yang selalu menjadi alasan penulis untuk semangat, sebagai sandaran terkuat yang pernah ada, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, doa dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Terima kasih sudah berjuang dan memberikan yang terbaik kepada penulis hingga di titik ini, semoga sehat selalu, dan hidup lebih lama lagi sampai penulis bisa memberikan yang terbaik setelah ini. Mama, Bapak.

11. Seluruh sahabat peneliti yang telah membantu, mendukung, dan memotivasi selama masa penulisan skripsi, Ari, Ade Irfan, April, Ray, Audry, Barak serta teman-teman S1 Manajemen semuanya.
12. Teman satu bimbingan saya Lilis yang saling kebersamai serta menguatkan dalam proses penelitian.
13. Seluruh teman-teman seperjuangan Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Angkatan 2021.
14. Seluruh pihak yang turut memberikan bantuan, dukungan, dan doa kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Dengan demikian, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan berguna bagi berbagai pihak.

Pada proposal skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Segala bentuk kritik dan saran akan dengan senang hati diterima dan diharapkan dapat membantu dalam penulisan karya tulis selanjutnya agar lebih baik lagi. Semoga proposal skripsi ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca.

Banjarmasin, 30 April 2025
Peneliti,

Akhmad Mauludin Fajar
NIM. 2110312310029

ABSTRACT

Akhmad Mauludin Fajar (2025). The Influence of Brand Ambassador and Content Marketing on Mobile Legend Diamond Purchase Decisions (Study on Mobile Legend Players in Banjarmasin).

Advisor: Ahmad Rifani

This study aims to analyze the influence of brand ambassadors and content marketing on purchasing decisions for Mobile Legend Diamonds in Banjarmasin City. The approach used is a marketing model that explores factors that influence consumer behavior in making decisions to purchase digital products, especially in the context of mobile games.

The population of this study is all Mobile Legend game players in Banjarmasin whose number is not known for certain. The sampling method in this study uses the purposive sampling method, which means determining the sample with certain considerations. The sample in this study amounted to 100 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression methods through the IBM SPSS Statistics version 21 program.

The results of the study show that brand ambassadors and *content marketing* have a significant influence on the decision to purchase Mobile Legend diamonds.

Keywords: Brand Ambassador, Content Marketing, Purchase Decisions

ABSTRAK

Akhmad Mauludin Fajar (2025). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Diamond Mobile Legend (Studi Pada Player Mobile Legend Di Banjarmasin).

Pembimbing: Ahmad Rifani, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador* dan *content marketing* terhadap keputusan pembelian Diamond Mobile Legend di Kota Banjarmasin. Pendekatan yang digunakan adalah model pemasaran yang mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian produk digital, khususnya dalam konteks permainan mobile.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pemain game Mobile Legend di Banjarmasin yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Metode penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, yang berarti menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda melalui program IBM SPSS Statistics versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* dan *content marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diamond Mobile Legend.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Content Marketing*, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktisi	13
1.5 Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i>	14
2.1.2 <i>Content Marketing</i>	16
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4 Keterkaitan Antar Variabel.....	21
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	22
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	30
3.1 Kerangka Konseptual.....	30
3.2 Hipotesis	30
3.2.1 <i>Brand Ambassador</i> berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian	30
3.2.2 <i>Content Marketing</i> berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	32
BAB IV METODE PENELITIAN	34
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	34
4.2 Jenis Penelitian.....	34
4.3 Lokasi Penelitian.....	34
4.4 Unit Analisis	34
4.5 Populasi dan Sampel.....	35
4.5.1 Populasi.....	35
4.5.2 Sampel.....	35
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	37

4.7 Teknik Pengumpulan Data	38
4.8 Teknik Analisis Data	38
4.8.1 Uji Validitas.....	38
4.8.2 Uji Reliabilitas	39
4.8.3 Uji Asumsi Klasik	40
4.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda	42
4.8.5 Uji Koefisien Determinasi	42
4.8.6 Uji Model Regresi (Kelayakan Model).....	43
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	45
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
5.2 Hasil dan Analisis	47
5.2.1 Karakteristik Responden	47
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	50
5.2.3 Uji Kualitas Data.....	53
5.2.4 Uji Asumsi Klasik	55
5.2.5 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	59
5.2.6 Uji Analisis Koefisien Determinasi.....	60
5.2.7 Uji Hipotesis	61
5.3. Pembahasan Hasil Penelitian	64
5.3.1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	64
5.3.2. Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	65
5.4. Implikasi Hasil Penelitian	66
5.4.1. Implikasi Teoritis.....	66
5.4.2. Implikasi Praktis	67
5.5. Keterbatasan Penelitian.....	68
BAB VI PENUTUP	69
6.1. Kesimpulan	69
6.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	23
Table 4.1 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
Tabel 5.5 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk <i>Brand Ambassador</i>	51
Tabel 5.6 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk <i>Content Marketing</i>	52
Tabel 5.7 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Keputusan Pembelian	52
Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 5.10 Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 5.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 5.12 Hasil Uji Heteroskidisitas.....	57
Tabel 5.13 Hasil Uji Linieritas	58
Tabel 5.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 5.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	61
Tabel 5.16 Hasil Uji Statistik F	62
Tabel 5.17 Hasil Uji Statistik T	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Game mobile paling disukai di Indonesia	1
Gambar 1.2 Sepuluh Item <i>Virtual</i> Dengan Harga Jual Tertinggi Dalam Komunitas Game Online	3
Gambar1.3 Contoh <i>Brand Ambassador</i>	8
Gambar1.4 Data Konsumen yang Memperhatikan <i>Brand Ambassador</i>	8
Gambar1.5 Contoh <i>Content Marketing</i>	9
Gambar 1.6 Data Konsumen yang Memperhatikan <i>Content Marketing</i>	9
Gambar1.7 Faktor yang Dipertimbangkan dalam Memperhatikan Brand.....	10
Gambar1.8 Faktor yang Dipertimbangkan dalam Memperhatikan Content.....	11
Gambar3.1 Model Penelitian	30

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	74
LAMPIRAN 2 KARAKTERISTIK RESPONDEN	79
LAMPIRAN 3 DESKRISI STATISTIK VARIABEL.....	79
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	85
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK.....	88
LAMPIRAN 6 HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA	90
LAMPIRAN 7 TABEL R STATISTIK	91
LAMPIRAN 8 TABEL T STATISTIK.....	93
LAMPIRAN 9 TABEL F STATISTIK.....	96