

**Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan  
Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian  
Pada Pengguna Sepatu Ventela di Kecamatan  
Surabaya Gubeng**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Administrasi Niaga**



**Disusun Oleh :**

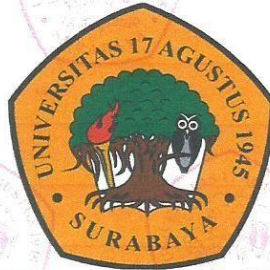
**Farhanah Dhia Afifah  
NBI. 1121900012**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023**

**Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan  
Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian  
Pada Pengguna Sepatu Ventela di Kecamatan  
Surabaya Gubeng**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Administrasi Niaga**



**Disusun Oleh :**

**Farhanah Dhia Afifah  
NBI. 1121900012**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2023**


## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : Farhanah Dhia Afifah  
NIM : 1121900012  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Prodi : Administrasi Niaga  
Judul : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Sepatu Ventela di Kecamatan Surabaya Gubeng.

Surabaya, 04 Juli 2023

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,  
Dosen Pembimbing 1

  
Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P  
NPP. 20120.87.0103

  
Drs. Agung Pujiyanto, M.M  
NIP. 0719106701

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Niaga pada tanggal.

DEWAN PENGUJI :

1. Drs. Agung Pujianto, M.M.

Ketua

2. Dra. Awin Mulyati, M.M.

Anggota

3. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.

Anggota

(  )

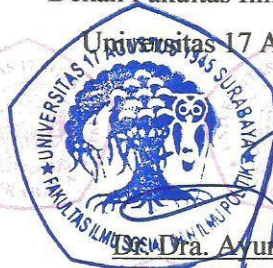
(  )

(  )

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dra. Awin Maduwiniarti, M.P

NPP. 20120.870130

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Farhanah Dhia Afifah  
NBI : 1121900012  
Program Studi : Administrasi Niaga  
Juduk Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Sepatu Ventela di Kecamatan Surabaya Gubeng.

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dan/atau karya ilmiah lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagai atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebut sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi tersebut pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sadar-sadarnya.

Surabaya, 04 Juli 2023

Yang membuat pernyataan


Farhanah Dhia Afifah



UNIVERSITAS  
**17 AGUSTUS 1945**  
SURABAYA

**BADAN PERPUSTAKAAN**  
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TLP. 031 593 1800 (EX 311)  
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Farhanah Dhia Afifah  
NIM : 1121900012  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Niaga  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Sepatu ventela Di Kecamatan Surabaya Gubeng.

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 04 Juli 2023

Yang Menyatakan

  
METERAI TEMPEL  
10000  
62730AKX458121350

(Farhanah...Dhia...Afifah.....)

## ABSTRAK

Fenomena persaingan yang mendominasi kehidupan bisnis industri sneakers saat ini banyak dihasilkan oleh perusahaan merek sepatu nasional maupun internasional. Dari hasil data persaingan merek sepatu lokal dan merek sepatu internasional di industri sepatu sneaker sangat ketat pada tahun 2017-2023. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk google form sebagai instrumennya. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen pengguna sepatu ventela di wilayah Kecamatan Gubeng Kota Surabaya. Teknik sampling yang digunakan yaitu non probability sampling dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, dimana sampel yang diambil sebesar 96 responden dengan memiliki karakteristik tertentu. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji linier, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linier berganda, Uji t, uji F, dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Hasil analisis pada uji Simultan menyatakan bahwa terdapat hubungan yang berpengaruh signifikan antara *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk secara silmutan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna sepatu ventela di kecamatan Surabaya gubeng.

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

## **ABSTRACT**

*The phenomenon of competition that dominates the business life of the sneaker industry is currently generated by many national and international shoe brand companies. From the results of the data, competition for local shoe brands and international shoe brands in the sneaker industry is very tight in 2017-2023. This study uses a quantitative method using a questionnaire in the form of google form as the instrument. The population in this study are consumers who use ventella shoes in the Gubeng District, Surabaya City. The sampling technique used is non-probability sampling using a purposive sampling technique, where the sample taken is 96 respondents with certain characteristics. The analysis techniques in this study were validity test, rehabilitation test, linear test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis test, t test, F test, and the Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>). The results of the analysis in the Simultaneous test stated that there was a significant relationship between Brand Ambassador, Brand Image, and Product Quality which simultaneously had a significant influence on Purchase Decisions for ventella shoe users in Surabaya gubeng sub-district.*

**Keywords :** *Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, Purchase Decision*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahkan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa ada banyak kekurangan yang terdapat dalam tugas akhir skripsi ini baik berupa cara penulisan, maupun tata bahasanya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan tugas akhir skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberi jalan, kelancaran Kesehatan, kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, M.M., CMA., CPA., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. Selaku Kepala Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak Drs. Agung Pujiyanto, M.M. Selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M.M. Selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk bimbingan, tenaga dan motivasi kepada peneliti hingga terselesaikannya laporan tugas akhir skripsi ini.
6. Untuk kedua orang tua saya, kakak dan saudara saya yang telah memberi dukungan, doa serta memberi semangat selama ini.

7. Kepada senior saya Adelia Putri Rachmadani, S.Ak, M.M. Serta rekan-rekan Satmenwa 816 Untag Surabaya, serta beberapa teman SMK saya yang selalu mendukung, memotivasi, dan memberi semangat selama pengerjaan tugas akhir skripsi ini hingga selesai.
8. Teman seperjuangan saya Irfani, Tania, Hida, Dita, Dilla dan Gita yang selalu memberikan semangat dan selalu menguatkan satu sama lain.
9. Terima kasih untuk seluruh responden saya yang telah bersedia sebagai sampel dalam penelitian tugas akhir skripsi saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan tugas akhir skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan dan saran yang membangun. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Surabaya, 04 Juli 2023

Penulis,

Farhanah Dhia Afifah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Pembahasan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Peneliti Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pemasaran .....	13
2.2.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing mix</i> ).....	14
2.2.3 Merek ( <i>Brand</i> ) .....	15
2.2.4 <i>Brand Ambassador</i> .....	16
2.2.5 <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	20
2.2.6 Kualitas Produk.....	25
2.2.7 Perilaku Konsumen.....	28
2.2.8 Keputusan Pembelian .....	30
2.3 Definisi Konsep .....	36
2.4 Definisi Operasional .....	38
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel.....	41
2.5.1 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> dengan Keputusan Pembelian...41	
2.5.2 Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian.....41	
2.5.3 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....42	
2.6 Kerangka Berfikir .....	42
2.7 Hipotesis .....	43

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1 Populasi.....	47
3.2.2 Sampel .....	47
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	48
3.3.1 Skala Pengukuran .....	48
3.3.2 Instrumen Penelitian .....	49
3.4 Jenis Data dan Sumber Data .....	51
3.4.1 Jenis Data.....	51
3.4.2 Sumber Data .....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	52
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian .....	55
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
3.6.4 Uji Hipotesis .....	55
<b>BAB IV PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1 Penyajian Data .....	57
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	57
4.1.2 Karakteristik Responden.....	58
4.1.3 Uji Instrumen .....	60
4.2 Tabulasi Data .....	61
4.2.1 Tabel Jawaban Responden.....	62
4.2.2 Analisis Rata-Rata Hasil Tabulasi Jawaban Responden.....	74
4.3 Analisis Data.....	78
4.4 Pembahasan.....	89
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>93</b>
5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Rekomendasi.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu.....	9
Tabel 2.2	Proses Pengambilan Keputusan.....	31
Tabel 3.1	Skala Pengukuran Instrumen.....	48
Tabel 3.2	Tabel Interval.....	49
Tabel 3.3	Daftar Konsepsi Variabel.....	50
Tabel 4.1	Karakteristik Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2	Karakteristik Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Penghasilan.....	59
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas.....	60
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	61
Tabel 4.7	Tabel Interval.....	62
Tabel 4.8	Hasil Tabulasi Jawaban Responden berdasarkan Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	62
Tabel 4.9	Hasil Tabulasi Jawaban Responden berdasarkan Variabel <i>Brand Image</i> .....	65
Tabel 4.10	Hasil Tabulasi Jawaban Responden berdasarkan Variabel Kualitas Produk.....	68
Tabel 4.11	Hasil Tabulasi Jawaban Responden berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4.12	Hasil Nilai Mean Jawaban Responden Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	74
Tabel 4.13	Hasil Nilai Mean Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	75
Tabel 4.14	Hasil Nilai Mean Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X3).....	76
Tabel 4.15	Hasil Nilai Mean Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	77
Tabel 4.16	Tabel Uji Normalita.....	78
Tabel 4.17	Hasil Uji Linieritas Variabel X1 ( <i>Brand Ambassador</i> ).....	79
Tabel 4.18	Hasil Uji Linieritas Variabel X2 ( <i>Brand Image</i> ).....	80
Tabel 4.19	Hasil Uji Linieritas Variabel X3 (Kualitas Produk).....	80
Tabel 4.20	Hasil Uji Multikolonieristik.....	81
Tabel 4.21	Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	83
Tabel 4.22	Hasil Uji t (parsial).....	84
Tabel 4.23	Hasil Uji F (Simultan).....	87
Tabel 4.24	Hasil Uji Korelasi (R).....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Sepatu Ventela .....	2
Gambar 1.2	Statistik Keputusan Pembelian Terhadap Sepatu <i>Brand</i> Lokal .....	2
Gambar 1.3	Merek <i>Brand</i> Sepatu Internasional menurut TBA tahun 2018 - 2022.....	3
Gambar 1.4	<i>Brand Ambassador</i> Sepatu Ventela.....	4
Gambar 2.1	Bagan Kerangka Berfikir .....	43
Gambar 4.1	Logo Sepatu Ventela .....	57
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	82

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner .....	99
Lampiran 2	Tabulasi Data .....	104
Lampiran 3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	114
Lampiran 4	Asumsi Klasik .....	117
Lampiran 5	Regresi Linier Berganda .....	119
Lampiran 6	Uji Hipotesis .....	120
Lampiran 7	Kartu Bimbingan.....	121
Lampiran 8	SK Turnitin Bab 1,4 dan 5 .....	125
Lampiran 9	Hasil Tirnitin .....	126
Lampiran 9	Lembar Revisi.....	127