



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU BASKET NIKE DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

GHIVARI VARRELDIAZKA 1810111188

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2022



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU BASKET DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meperoleh Gelar Sarjana Manajemen

GHIVARI VARRELDIAZKA

1810111188

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ghivari Varreldiazka

NIM : 1810111188

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan persyaratan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 23 Juni 2022



Ghivari Varreldiazka

PERNYATAAN PERSUTUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ghivari Varreldiazka
NIM : 18101111188
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pmebanguna Nasional Veteran Jakrta Hak bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Basket Nike di Jakarta Selatan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Juni 2022

Yang menyertakan, materai



Ghivari Varreldiazka

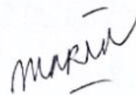
SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
BASKET NIKE JAKARTA SELATAN

Dipersiapkan dan disusun oleh :

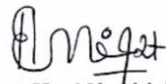
GHIVARI VARRELDIAZKA 1810111188

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal 29 Juni 2022
dan telah dinyatakan memenuhi syarat yang diterima



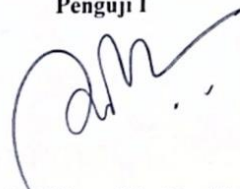
Dr. Maria Assumpta Wikantari, SS, MBA, CWM

Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, MM

Penguji I



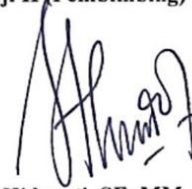
Dr. Dianwicakasih Ariefiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS

Dekan



Drs. Nobelson, MM., CPM

Penguji II (Pembimbing)



Siti Hidavati, SE, MM.

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Juli 2022

**THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR, PRODUCT QUALITY, AND
PRICE ON NIKE BASKETBALL SHOES PURCHASE DECISION IN
SOUTH JAKARTA**

**By
Ghivari Varreldiazka**

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of brand ambassador, product quality, and price on Nike basketball shoes purchase decision in South Jakarta. This research is using quantitative method with 75 respondents in South Jakarta with purposive sampling technique. The data analysis technique was taken through a questionnaire with descriptive data analysis techniques then tested the validity and reliability test and then continued with hypothesis testing using SmartPLS 3.0. Hypothesis testing in this study used the analysis of the inner model, outer model, and t-statistical test and significance level of 5% (0.05). The result shows that (1) brand ambassador variable has an effect of 0.186 positive and significant effect on purchase decision, (2) product quality has an effect of 0.665 positive and significant effect on purchase decision, (3) price has an effect of 0.143 positive and significant effect on purchase decision. While the contribution that was given by the variable of brand ambassador, product quality, and price collectively is 0.960 or 96%.

Keyword: *brand ambassador, Product Quality, Price, Purchase Decision*

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BASKET
NIKE DI JAKARTA SELATAN**

**Oleh
Ghivari Varreldiazka**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand ambassador*, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu basket Nike di Jakarta Selatan. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 75 responden pengguna sepatu basket Nike yang berdomisili di Jakarta Selatan, dengan Teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data diambil melalui kuesioner dengan uji reliabilitas lalu dilanjutkan dengan uji hipotesis menggunakan SmartPLS 3.0. Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis *Inner model*, *outer model*, dan uji t-statistik dan tingkat signifikansi 5% (0,05). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) variabel *brand ambassador* berpengaruh sebesar 0.186 positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) variabel kualitas produk berpengaruh sebesar 0.665 positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) variabel harga berpengaruh sebesar 0.143 positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan kontribusi variabel *brand ambassador*, kualitas produk dan harga secara bersama-sama sebesar 0.960 atau 96% sedangkan sisanya disebabkan oleh faktor lain yang diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *brand ambassador*, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2021/2022

Hari ini Rabu , tanggal 29 Juni 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Ghivari Varreldiazka

No.Pokok Mahasiswa : 1810111188

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Basket Nike di Jakarta Selatan

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Ketua	1.
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota I	2.
3	Drs. Nobelson, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 29 Juni 2022
Mengesahkan
A. DEKAN
Kaprodik. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya serta kekuatan dan kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Basket Nike di Jakarta Selatan” dengan baik dan tepat waktu. Penulis sampaikan terima kasih kepada Dr. Erna Hernawati, Ak, CPMA, CA, CGOP selaku Rektor UPN Veteran Jakarta, Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta, Siti Hidayati, SE, MM, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta, dan Drs. Nobelson, MM selaku dosen pembimbing yang sudah membantu dan meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan arahan dalam proses pembuatan skripsi, serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan banyak bantuan bagi penulis. Terima kasih sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada orang tua terkasih, Bapak Zulkarnain Yusuf dan Ibu Dian Anggraeni yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat pada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman terdekat penulis dari lingkungan UPN Veteran Jakarta yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang sudah membantu penulis menyusun skripsi. Serta penulis ingin mengucapkan terima kasih pada diri sendiri karena sudah bertahan sejauh ini untuk menyelesaikan tanggung jawab penulis dan berhasil melewati seluruh rintangan yang ada. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka penulis memohon maaf bila terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap dapat mendapatkan kritik dan saran yang bermanfaat serta membangun.

Jakarta, 20 Juni 2022

Ghivari Varreldiazka

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSUTUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak.....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Penelitian.....	9
I.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
II.1 Landasan Teori.....	11
II.1.1 Pemasaran	11
II.1.2 Keputusan Pembelian	12
II.1.3 Brand Ambassador	16
II.1.4 Kualitas produk	20
II.1.5 Harga	22
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	25
II.3 Model Penelitian Empiris.....	33
II.4 Hipotesis.....	34

BAB III METODE PENELITIAN	35
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
III.1.1 Definisi Operasional.....	35
III.1.2 Pengukuran Variabel	35
III.2 Populasi dan Sampel	37
III.2.1 Populasi	37
III.2.2 Sampel.....	37
III.3 Teknik Pengumpulan data.....	38
III.3.1 Jenis Data.....	38
III.3.2 Sumber Data	38
III.3.3 Pengumpulan Data	39
III.3.4 Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
IV.1.1 Profil Nike	48
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	50
IV.2.1 Deskripsi Responden.....	51
IV.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	54
IV.3 Uji Hipotesis dan Analisis	55
IV.3.1 Uji Validitas.....	55
IV.3.2 Uji Reliabilitas	59
IV.3.3 Model Struktural (Inner Model)	60
IV.3.4 Uji Hipotesis	63
IV.4 Pembahasan.....	64
IV.4.1 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian	64
IV.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	65
IV.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	65
IV.5 Keterbatasan Penelitian	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	67
V.1 SIMPULAN.....	67
V.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
RIWAYAT HIDUP.....	73
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar harga sepatu basket	8
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	31
Tabel 3. Pengukuran Variabel	36
Tabel 4. Bobot Nilai Variabel Penelitian	39
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	39
Tabel 6. Interpretasi Nilai Loading Factor	41
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	45
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan	53
Tabel 13. Loading Factor Outer Model	54
Tabel 14. Outer Loading Factor Hasil Output PLS.....	57
Tabel 15. Average Variance Extracted (AVE)	58
Tabel 16. Composite Reliability	59
Tabel 17. Cronbach's Alpha	60
Tabel 18. Nilai R Square	61
Tabel 19. Nilai Q Square	62
Tabel 21. Uji t Statistik	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia	1
Gambar 2. Klub Basket Baru di IBL 2022	3
Gambar 3. Data penjualan brand Nike pada tahun 2020	5
Gambar 4. 10 Sepatu Basket Popular dari Pilihan Pemain	6
Gambar 5. Model Penelitian	33
Gambar 6. Langkah-langkah Partial Least Square (PLS)	42
Gambar 7 Konstruk Diagram Jalur	43
Gambar 8. Logo Nike	48
Gambar 9. Sepatu Basket Air Jordan	49
Gambar 10. Sepatu Basket Nike	50
Gambar 11. Nilai Loading Factor	56
Gambar 12. Inner Model	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2. Keputusan Pembelian.....	79
Lampiran 3. <i>Brand Ambassador</i>	82
Lampiran 4. Kualitas Produk.....	85
Lampiran 5. Harga.....	88
Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Responden.....	91
Lampiran 7. Hasil Deskripsi Data Penelitian.....	93
Lampiran 8. Konstruk Diagram Jalur.....	94
Lampiran 9. Hasil Outer Model SmartPLS.....	95
Lampiran 10. Hasil Output Inner Model.....	96
Lampiran 11. Hasil Output Model PLS.....	97
Lampiran 12. t tabel.....	101
Lampiran 13. Bukti Penyebaran Kuesioner.....	102
Lampiran 14. Hasil Tes Turnitin.....	104