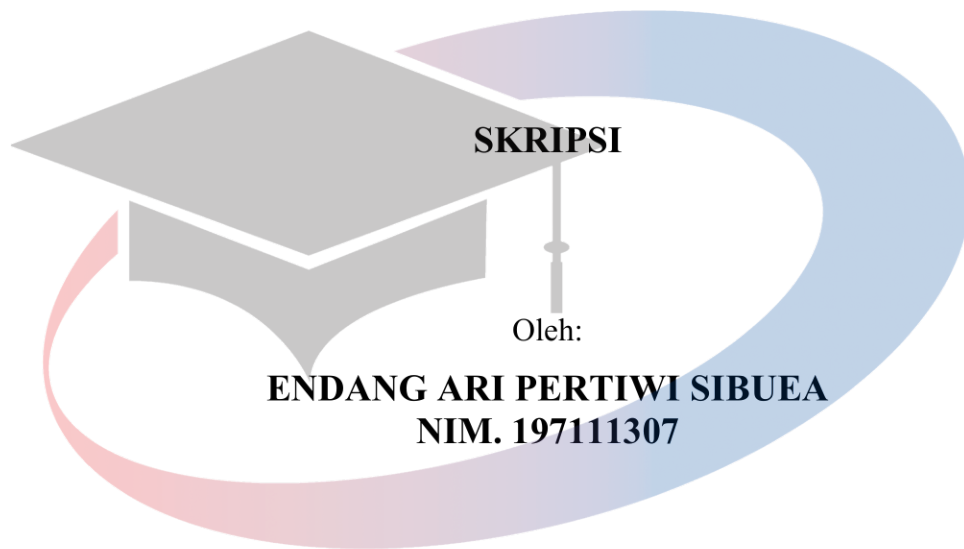


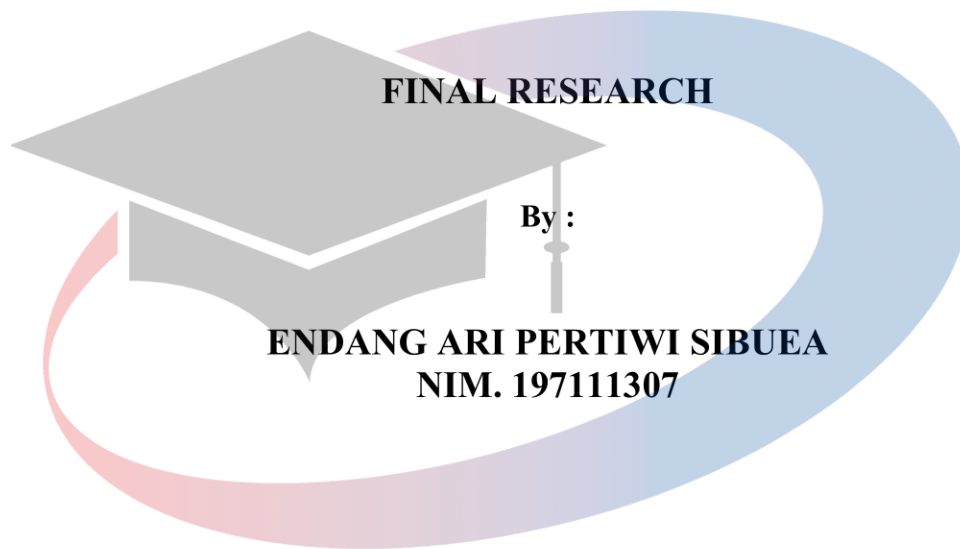
**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK,  
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK DOWNY (STUDI  
KASUS IBU RUMAH TANGGA  
DI KELURAHAN TELADAN  
TIMUR).**



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2023**

**THE INFLUENCE OF *BRAND AMBASSADORS*, PRODUCT  
QUALITY, AND COSTOMER SATISFACTION ON  
MOLTO PRODUCTS PURCHASING DECISIONS  
( CASE STUDY OF HOUSEWIVES  
IN TELADAN TIMUR  
VILLAGE)**



**UNIVERSITAS  
MIKROSKIL**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
FACULTY OF BUSINESS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2023**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK,  
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK DOWNY(STUDI  
KASUS IBU RUMAH TANGGA  
DI KELURAHAN TELADAN  
TIMUR)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh:

**ENDANG ARI PERTIWI SIBUEA  
NIM.197111307**

Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing

  
Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M.

Medan, 08 Agustus 2023  
Diketahui dan Disahkan Oleh :  
Ketua Program Studi Manajemen

  
UNIVERSITAS  
**MIKROSKIL**  
  
(Suci Pertiwi, S.E., M.Si)

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 197111307

NAMA : ENDANG ARI PERTIWI SIBUEA

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Downy (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Kelurahan Teladan Timur)

Tempat Penelitian : Kelurahan Teladan Timur, Kota Medan

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah**.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengolah dalam bentuk pengkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 7 Juli 2023

Saya yang membuat pernyataan,



(Endang Ari Pertiwi Sibuea)

CS Dipindai dengan CamScanner

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Downy (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Teladan Timur). Penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling* yaitu dengan mencari objek yang akan diteliti. Objek yang kebetulan bertemu pada saat pengumpulan data dan sesuai untuk diteliti, dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap 100 sampel yaitu konsumen produk downy. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa Brand Ambassador, Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Downy di Kelurahan Teladan Timur, serta Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Kelurahan Teladan Timur. Selanjutnya hasil secara Simultan (Uji F) yang menunjukkan ketiga variabel independen (Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent (Keputusan Pembelian). *Adjusted R<sup>2</sup>* menunjukkan bahwa Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen, dapat menjelaskan variasi terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 76.6 % dan sisanya 23.4 % dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Brand Ambassador, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL



## ABSTRACT

*This Study aims to determine and analyze the effect of Brand Ambassador, Product Quality, and Consumer Satisfaction on Purchasing Decisions for Downy Products (Case Study Of Housewives in Teladan Timur Village). This study uses the Accidental Sampling technique, namely by looking for objects to be studied. Objects that happen to meet during data collection and are suitable for research are carried out by distributing questionnaires to 100 samples, namely consumers of downy products. The data analysis method used in this study is multiple linear regression. Partial testing ( t test ) shows that Brand Ambassador, Product Quality has an effect on Downy Product Purchasing Decisions in Teladan Timur Village, and Consumer Satisfaction has no significant effect on Purchasing Decisions in Teladan Timur Village. Furthermore, the results simultaneously ( F test ) show that the three independent variables (Brand Ambassador, Product Quality, Customer Satisfaction) simultaneously affect the dependent variable (Purchase Decision). Adjusted R<sup>2</sup> shows that Brand Ambassador, Product Quality, and Consumer Satisfaction, can explain the variation in the Purchasing Decision variable by 76.6 % and the remaining 23.4 % is explained in this study.*

**Keywords:** Brand Ambassador, Product Quality, Customer Satisfaction



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Downy (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Teladan Timur)” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, motivasi, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.kom., M.M. selaku Dosen pembimbing 1 yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, memberi bimbingan dan arahan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikannya.
2. Bapak Suwianto, S.T., M.M. selaku Dosen pendamping pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, memberikan bimbingan, arahan serta motivasi di dalam proses pengerjaan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikannya.
3. Bapak Hardy, S.kom., M.sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Ibu Agustina, S.kom., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Suci Pertiwi S.E., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil sekaligus sebagai Dosen wali yang sangat ramah dan peduli.
6. Seluruh staf dan Dosen Pengajar Universitas Mikroskil Medan yang telah mendidik dan memberikan ilmu dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
7. Orang tua penulis, Bapak Alm. Jadi Ruddin Sibuea, Bapak Tuo Uccok Siregar dan Ibu Nur Asia Panggabean yang telah membesarkan dan mendidik penulis , yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan doa, dukungan, motivasi dan kasih sayang serta perhatian yang tidak terhingga, Adik penulis Winda Wahyuni Sibuea, Puput Cahyani Sibuea, dan Dinar Jenar Mandiri Sibuea yang selalu bertanya mengenai perkembangan pengerjaan skripsi serta selalu memberikan dukungan dan doa.
8. Kepada responden, peneliti mengucapkan terima kasih atas waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah dibagikan, berkat responden peneliti bisa mengola data dan menyelesaikan skripsi ini.

9. Sahabat penulis yang sangat dicintai dan dikasihi dengan kasih Tuhan. Difra Yanti Lumban Tobing, yang telah memberi banyak doa, semangat, motivasi dan penghiburan dikala stres dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
10. Teman penulis yang dicintai dan dikasihi dengan kasih Tuhan. Nandita Febriana Markhan, Icha Guspa Chandeni, Sarnita Bugis, Ria Purnama Syaputri, Ramadansyah, Anggit Prayuda, Sufi, Mardiatul Assyifa, yang telah memberi banyak semangat dan selalu bersedia menjadi badut penghibur dikala stres sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
11. Teman-teman perjuangan yang dibanggakan dan dikasihi dengan kasih Tuhan. Endang Stepania Sidabutar, Sardiona Situmorang dan Ezra Siregar yang telah menemani dan memberi banyak semangat, doa, motivasi, dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
12. Kepada teman-teman kos Debora Hutapea, Naomi Eka Hutapea, Kezia Sibuea, Elisua Sibuea yang telah memberi dukungan agar tetap semangat.
13. Kakak alumni, yang dihormati dan dikasihi penulis. Indah Manik, Angel, Ruth. Yang selalu bersedia memberikan waktunya untuk berbagi pengalaman seputar dunia skripsi yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 08 Agustus 2023

Peneliti

(Endang Ari Pertiwi Sibuea)



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Ruang Lingkup .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Originalitas .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.5 <i>Brand Ambassador</i> .....	19
2.1.6 Kualitas Produk .....	20
2.1.7 Kepuasan Konsumen .....	23
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Konseptual .....	30
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	32
2.4.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4.4 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> , Kualitas Produk, dan kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.2 Objek Penelitian .....	35
3.3 Populasi dan Sampel .....	35

3.3.1	Populasi.....	35
3.3.2	Sampel.....	35
3.4	Jenis Data .....	36
3.4.1	Data Primer .....	36
3.4.2	Data Sekunder.....	38
3.5	Variabel penelitian dan Defenisi Operasional Variabel .....	38
3.6	Metode Analisis Data .....	40
3.6.1	Statistik Deskriptif .....	40
3.6.2	Pengujian kualitas data .....	41
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik.....	41
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda .....	43
3.6.5	Pengujian Hipotesis .....	44
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	46
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	46
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan .....	46
4.1.1	Pengiriman dan Penerimaan Kuesioner .....	47
4.1.2	Gambaran Umum responden .....	48
4.1.3	Hasil Statistik Deskriptif.....	50
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data .....	54
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	57
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	61
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis.....	62
4.2	Pembahasan.....	65
4.2.1	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> secara Persial Terhadap Keputusan Pembelian .....	65
4.2.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.3	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.2.4	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> , Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	68
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>74</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>109</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Brand Indeks Pewangi 2018-2022 .....	2
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Skala Likert .....	40
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel .....	41
Tabel 4.1 Tingkat Pengambilan Kuesioner .....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	54
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Brand Ambassador .....	55
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Produk .....	56
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen .....	57
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas .....	59
Tabel 4.10 Uji Realibilitas .....	61
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas .....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test .....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser .....	66
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji-t) .....	68
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F) .....	69
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Prasurvei Keputusan Pembelian .....	4
Gambar 1.2 Hasil Prasurvei Brand Ambassador .....	5
Gambar 1.3 Hasil Prasurvei Kualitas Produk .....	7
Gambar 1.4 Hasil Review-review dari konsumen .....	8
Gambar 1.5 Hasil prasurvei kepuasan konsumen .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	34
Gambar 4.1 Logo Procter&Gamble .....	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram .....	63
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas dengan Probability Plot.....	64
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas Scatterplot .....	65



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Kuesioner .....	84
Lampiran 3 Hasil Uji Deskriptif Statistik .....	96
Lampiran 4 Hasil Uji Validasi Dan Realibilitas .....	98
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	101
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	104
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis .....	104
Lampiran 8 Tabel Distribusi .....	106



# UNIVERSITAS MIKROSKIL