



BUDI BAKTI
SCHOOL OF MANAGEMENT

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

repository.stimbudibakti.ac.id

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK ERIGO
(Studi Kasus Generasi Z Desa Tonjong)**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Farhan

41121009



**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI**

2025



PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO

(Studi Kasus Generasi Z Desa Tonjong)

SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
untuk mencapai gelar sarjana manajemen
jenjang Pendidikan sarjana satu (s1)*

Disusun Oleh:

Farhan

41121009



SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN

(STIM) BUDI BAKTI

2025



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : FARHAN
NIM : 41121009
JENJANG PENDIDIKAN : STRATA SATU (S-1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN
KEPERCAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ERIGO (STUDI KASUS
GENERASI Z DESA TONJONG)

PEMBIMBING I

Vivi Ristanti, S.KM, M.M

PEMBIMBING II

Asep Hendriana, S.E, M.M

MENGETAHUI,
KETUA PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Rita Mardiana, S.E, M.M

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN

(STIM) BUDI BAKTI

2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

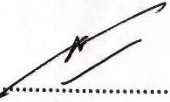
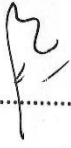
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diterima dan disetujui oleh Panitia Penguji Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (STIM) Budi Bakti, guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM).

Bogor, Agustus 2025

Panitia Penguji	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua,	Indri Guslina, S.E., M.M	(..... )
2. Sekretaris,	Adrian Adha, S.T., M.M	(..... )
3. Anggota	B. Retno Pratiwi S, S.E., M.M	(..... )

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN

(STIM) BUDI BAKTI

2025



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

© Nama : Farhan
© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
Nim : 41121009
Tempat, tanggal lahir : Bogor, 22 September 2002
Program studi : Manajemen

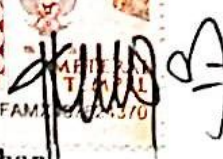
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul :

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO (STUDI
KASUS GENERASI Z DESA TONJONG)**

Merupakan gagasan dan hasil penelitian asli penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program sejenis STIM Budi Bakti atau Perguruan Tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya. Apabila pernyataan saya terbukti tidak benar atau skripsi saya terbukti plagiat, maka saya bersedia untuk dibatalkan kelulusannya.

Bogor, Agustus 2025

Yang membuat pernyataan


Farhan

NIM: 41121009

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.
 2. Dilarang mengumunkan dan memprebanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Puji dan Syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT. Karena berkat Rahmat dan karunia-nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand ambassador* dan *Brand trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Masyarakat Desa Tonjong)” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada program studi Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti.

Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga serta para sahabatnya. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan oleh penulis. Dalam kesemparan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Rina Fatimah, S.Sos., M.Si., selaku Pimpinan Sekolah Tinggi ilmu Manajemen Budi Bakti;
2. Ibu Indri Guslina, S.E., M.M., selaku Pimpinan Sekolah Tinggi ilmu Manajemen Budi Bakti ;
3. Bapak Aza El Munadiyan, S.Sos., M.M. AMIPR selaku Pimpinan Sekolah Tinggi ilmu Manajemen Budi Bakti;
4. Bapak Iqbal, S.E., M.M. selaku Kepala LPM Sekolah Tinggi ilmu Manajemen Budi Bakti;
5. Bapak Subhan Munafis, S.Hut., M.M. Selaku Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
6. Ibu Rita Mardiana, SE., M.M. Selaku Ketua Program Studi S-1 Sekolah Tinggi ilmu Manajemen Budi Bakti;
7. Ibu Vivi Ristanti, S.KM., M.M. Selaku Sekretaris Program Studi Sekolah Tinggi ilmu Manajemen Budi Bakti; dan terima kasih atas segala bimbingan dan ilmunya. Tanpa arahannya, karya ini tak akan



pernah selesai sebaik ini.

8. Bapak Asep Hendriana, S.E., M.M., selaku dosen Pembimbing 2 sitematika penulisan
9. Skripsi ini penulis persembahkan sepenuh hati untuk almarhumah umi Napinah, wanita terhebat dalam hidup saya. Meski umi tak sempat menyaksikan momen ini, setiap halaman dalam karya ini adalah wujud dari doa, peluh, dan cinta yang Umi tanamkan sejak saya kecil, dan almarhum Bapak Hasan Felani, terima kasih atas dedikasi dan teladan hidup yang tak pernah pudar dalam ingatan.
10. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dedeh Iwanah, S.E., M.M., atas segala bentuk dukungan, fasilitas, serta pendampingan yang telah diberikan sejak penulis menempuh pendidikan dasar hingga menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
11. Untuk Alfina , terima kasih atas dukungan dan kehadirannya selama proses ini. Di saat-saat sulit, tetap ada dengan rasa tulus setia untuk menemani. Kehadirannya menjadi penyemangat yang tak tergantikan hingga skripsi ini bisa terselesaikan.
12. Terimakasih kepada teman seperjuangan khususnya Suhendri, Ali muchtar, Naufal fahrezi, Andi Makmur, & Zidane, sudah menjadi bagian perjalanan kalian dan semoga kita akan menjadi manusia yang sukses setelah lulus kuliah nanti dan selamat untuk kita.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN.....	i
SAMPUL DALAM.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR GRAFIK	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	7
1.5 Hipotesis.....	8
1.6 Metodologi Penelitian	8
1.6.1 Metode Penelitian.....	8
1.6.2 Populasi	9
1.6.3 Sample.....	9
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data	10
1.6.5 Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	11
1.7 Penelitian Terdahulu.....	15
BAB II	26



LANDASAN TEORI.....	26
2.1 Tinjauan Teoritis Mengenai Manajemen.....	26
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	26
2.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	27
2.2 Manajemen Pemasaran.....	27
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	27
2.2.2 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran.....	28
2.2.3 Bauran pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	29
2.3 Tinjauan Teori Mengenai <i>Brand ambassador</i>	30
2.3.1 Pengertian <i>Brand ambassador</i>	30
2.3.2 Fungsi <i>Brand ambassador</i>	31
2.3.3 Manfaat dan Pentingnya <i>Brand ambassador</i> Bagi Perusahaan	33
2.3.4 Karakteristik <i>Brand ambassador</i>	35
2.3.5 Indikator <i>Brand ambassador</i>	37
2.4 Tinjauan Teori Mengenai Kepercayaan Merek	38
2.4.1 Pengertian Kepercayaan Merek	38
2.4.2 Pentingnya Kepercayaan Merek	39
2.4.3 Komponen-Komponen Kepercayaan Merek.....	39
2.4.4 Dimensi-dimensi Kepercayaan Merek.....	40
2.4.5 Manfaat Kepercayaan Merek.....	43
2.4.6 Indikator Kepercayaan Merek.....	44
2.5 Tinjauan Teori Mengenai Keputusan Pembelian	44
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	44
2.5.2 Tujuan Keputusan Pembelian.....	45
2.5.3 Dimensi Keputusan Pembelian	46
2.5.4 Manfaat Keputusan Pembelian	47
2.5.5 Keunggulan Keputusan pembelian konsumen	47
2.5.6 Indikator Keputusan pembelian	49
2.6 Hubungan Antar Variable	50
2.6.1 Pengaruh <i>Brand ambassador</i> Pada Keputusan Pembelian Produk Erigo Studi Kasus Generasi Z di Desa Tonjong	50
2.6.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Studi Kasus Generasi Z di Desa Tonjong.....	51



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

2.6.3	Pengaruh <i>Brand ambassador</i> dan kepercayaan merek terhadap Keputusan pembelian Produk Erigo Studi Kasus Generasi Z di Desa Tonjong.....	52
2.7	Kerangka Pemikiran.....	53
BAB III		54
OBJEK PENELITIAN		54
3.1	Tinjauan Umum Erigo.....	54
3.1.1	Visi dan Misi Erigo	55
3.1.2	Struktur Organisasi.....	55
3.1.3	Jabaran Tugas dan Wewenang.....	55
3.1.4	Kegiatan Usaha Erigo	57
3.1.5	Pelanggan atau Pemasok Rekanan Objek Penelitian	58
3.2	Tinjauan Umum Desa Tonjong	58
3.2.1	Visi dan Misi Objek Penelitian	59
3.2.2	Struktur Organisasi.....	60
3.2.3	Jabaran dan Tugas Wewenang.....	61
3.2.4	Kegiatan Usaha Kantor Desa Tonjong	63
3.2.5	Pelanggan Atau Pemaso Rekanan Kantor Desa Tonjong	65
3.2.6	Dokumentasi Kegiatan Desa Tonjong.....	66
BAB IV		67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Hasil Penelitian	67
4.1.1	Data Operasional Variable.....	67
4.1.2	Deskripsi Data.....	73
4.1.3	Identitas Responden	84
4.1.4	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	85
4.1.5	Hasil pengujian statistik	88
4.2	Pembahasan.....	94
4.2.1	Pembahasan.....	94
4.2.2	Temuan penelitian	95
4.2.3	Keterbatasan penelitian	97
4.2.4	Implikasi penelitian.....	98
BAB V		101



KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengukuran Model Likert.....	11
Tabel 1. 2 Interval Koefisien Korelasi Antarvariabel.....	14
Tabel 1. 3 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 4. 1 Instrumen Penelitian <i>Brand ambassador</i> (X1).....	68
Tabel 4. 2 Instrumen Penelitian Kepercayaan (X2)	70
Tabel 4. 3 Instrumen Penelitian Keputusan pembelian (Y)	71
Tabel 4. 4 Deskripsi Data <i>Brand ambassador</i> (X1).....	73
Tabel 4. 5 Deskripsi Data Kepercayaan Merek (X2)	77
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Keputusan Pembelian (Y)	80
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden	84
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	86
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand ambassador</i>	87
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek.....	87
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	87
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis Variabel X1 terhadap Variabel Y	88
Tabel 4. 13 Model Summary X1 Terhadap Y.....	89
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis Variabel X2 terhadap Variabel Y	90
Tabel 4. 15 Model Summary X2 Terhadap Y.....	91
Tabel 4. 16 Anova X1 dan X2 Terhadap Y	92
Tabel 4. 17 Coefficient X1 dan X2 Terhadap Y	92
Tabel 4. 18 Model Summary X2 Terhadap Y.....	93
Tabel 4. 19 Pernyataan Hipotesis	96

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Merek fashion lokal favorit di Indonesia	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	53
Gambar 3. 1 Bagan Struktur Organisasi Erigo.....	55
Gambar 3. 2 Bagan Struktur Organisasi Desa Tonjong	61
Gambar 3. 3 Kantor Desa Tonjong.....	66
Gambar 3. 4 Kantin Desa Tonjong.....	66
Gambar 3. 5 Bazaar UMKM Desa Tonjong.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 2 Data Mentah variabel <i>Brand ambassador</i> (X1)	115
Lampiran 3 Data Mentah Variabel Kepercayaan Merek (X2)	119
Lampiran 4. Data Mentah variabel Keputusan Pembelian (Y)	123
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Brand ambassador</i> (X1)	127
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepercayaan Merek (X1)	129
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Relibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	131
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis 1 (<i>Brand ambassador</i>) (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	133
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis 2 (Kepercayaan Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	133
Lampiran 10. Hasil Uji Hipotesis 2 (Kepercayaan Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	135

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.