

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY MEREK GEWO DI
BOGOR TIMUR**

SKRIPSI

Oleh:

Hendra Pratawijaya
2031150047



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2025**

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY MEREK GEWO DI
BOGOR TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen (S.M) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

Hendra Pratawijaya
2031150047



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2025**



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hendra Pratawijaya

NIM : 2030050047

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tulis Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS PENGARUH HARGA DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY MEREK GEWO DI BOGOR TIMUR ” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian sumber-sumber informasi yang dicantumkan dengan referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang saya nyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 6 Februari 2025



Hendra Pratawijaya



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN BRAND AMBASSADOR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY MEREK GEWO
DI BOGOR TIMUR**

Oleh :

Nama : Hendra Pratawijaya
NIM : 2031150047
Program Studi : S1 Manajemen
Peminatan : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 6 Februari 2025

Menyetujui

Pembimbing I

(Fenny B.N.L Tobing, SE.,MMA)
NUPTK : 8941739640230062

Ketua Program Studi Manajemen

(Jonny Siagian, SE., MMA)
NUPTK : 8133739640130063

Pembimbing II

(Nenny Anggraini, SE., M.Psi)
NUPTK : 9061736637230023

Dekan

(Dr. Ir. Ktut Silvanita Mangani, M.A)
NUPTK : 3247741642230093

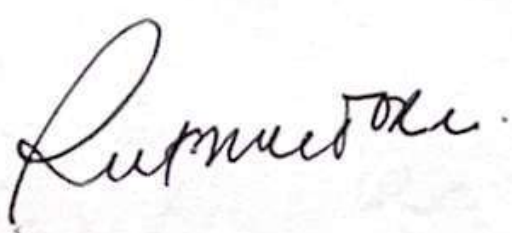


PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada 6 Februari 2025 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama :

Nama : Hendra Pratawijaya
NIM : 2031150047
Program Studi : S1 Manajemen
Peminatan : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Merek Gewo di Bogor Timur” oleh tim penguji yang terdiri dari :

No	Nama Penguji	Jabatan Dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1	Carolina F. Sembiring, SE., MM	Sebagai Ketua	
2	Rutman Lumbantoruan, SE., MM	Sebagai Sekretaris	
3	Fenny B.N.L Tobing, SE., MMA	Sebagai Anggota	

Jakarta, 6 Februari 2025



PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

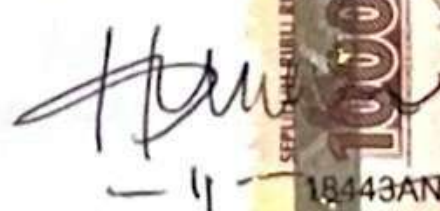
Nama : Hendra Pratawijaya
NIM : 2031150047
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : Analisis Pengaruh Harga dan *Brand Ambassador*
Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Merk
Gewo di Bogor Timur

Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan hak *Non Eksklusif* tanpa *Royalti* kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data Base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundang-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di
Jakarta, 6 Februari 2025


— 11 —


Hendra Pratawijaya

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Analisis Pengaruh Harga dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Jersey Merek Gewo di Bogor Timur”*.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia (FEB UKI). Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini, tidak sedikit tantangan dan kendala yang dihadapi. Namun, dengan dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, peneliti dapat menyelesaikannya dengan baik dan tepat waktu.

Selama menempuh studi di Program Studi Manajemen FEB UKI, peneliti memperoleh banyak ilmu, pengalaman, dan pembelajaran yang sangat berharga, baik dalam aspek akademik maupun pengembangan diri. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari sempurna, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala bantuan yang diberikan menjadi amal jariyah dan mendapat balasan dari Allah SWT

Dengan penuh rasa hormat dan tulus, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Hj. Barkis dan almarhum Hj. Hadimi, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti selama penulis menempuh pendidikan.
2. Dr. Dhaniswara K. Harjono, S.H., M.H., M.B.A., selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia.
3. Ibu Dr. Ir. Ktut Silvanita Mangani, M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
4. Ibu Dr. Melinda Malau, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
5. Bapak Jhony Siagian, S.E., M.M.A., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
6. Ibu Fenny B.N.L. Tobing, S.E., M.M.A., selaku dosen pembimbing materi,

yang telah dengan sabar membimbing serta memberikan arahan dan masukan yang sangat berarti dalam proses penyusunan tugas akhir ini.

7. Ibu Nenny Anggraini, S.E., M.Psi., selaku dosen pembimbing teknis, atas bantuan, saran, dan bimbingannya yang sangat membantu selama proses penyusunan.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah berbagi ilmu pengetahuan, serta staf administrasi yang dengan penuh kesabaran membantu selama proses perkuliahan dan penyusunan tugas akhir.
9. Om Hj. Fathur Rozi dan Tante Suas Maroh, yang telah penulis anggap sebagai orang tua sendiri selama merantau. Om Rozi tidak hanya menjadi pelatih, tetapi juga pembimbing hidup yang selalu hadir memberikan dukungan moral dan spiritual.
10. Muhammad Farent Attursie, pelatih tenis meja sekaligus sosok saudara yang selalu mendukung penulis baik dalam bidang akademik maupun kegiatan keolahragaan.
11. Rekan-rekan atlet di Club Prima Nusantara: Muhammad Luki Purkani, Erik Budiman, Davin Sasmita, Gusti Aditya Muarif, dan Fernando Palar, atas kebersamaan dan dukungan yang berharga.
12. Julyakin Sembiring, rekan seperjuangan yang senantiasa memberikan motivasi dan arahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan data yang sangat berarti bagi penelitian ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan rasa syukur penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak.

Jakarta, Februari 2025

Hendra Pratawijaya

DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Hipotesis.....	5
1.7 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teoritis	6
2.1.1 Teori Pemasaran	6
2.1.2 Prinsip Dasar Pemasaran	7
2.2 Bauran Pemasaran	9
2.2.1 <i>Price</i> (Harga).....	9
2.2.2 <i>Promotion</i> (Promosi)	11
2.3 Keputusan Pembelian	15
2.4 Penelitian Terdahulu.....	23
2.5 Kerangka Pikir.....	25
2.6 Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1. - Jenis dan Desain Penelitian	23
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
3.4. Definisi Operasional Variabel	28
3.5. Skala Pengukuran Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. - Jenis dan Penelitian	44
4.2. Hasil Uji Statistik Deskriptif	47
4.3. Pengujian Instrumen.....	51
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	61
4.5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 - Simpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	27
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.....	34
Tabel 4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Jersey Gewo	37
Tabel 4.2 Uji Statistik Deskriptif	38
Tabel 4.3 Rekapitulasi Variabel Harga	48
Tabel 4.4 Rekapitulasi Variabel <i>Brand Ambassador</i>	40
Tabel 4.5 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.6 Uji Validitas Harga	42
Tabel 4.7 Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i>	43
Tabel 4.8 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.9 Ujib Reliabilitas.....	46
Tabel 4.10 Variabel Independen Harga dan <i>Brand Ambassador</i>	47
Tabel 4.11 Data Hasil Uji Gletser	48
Tabel 4.12 Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.13 Uji t.....	50
Tabel 4.14 Uji F.....	52
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi.....	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 3.1 Desain Penelitian	25



ABSTRAK

Studi ini disusun untuk mengidentifikasi bagaimana dua aspek utama struktur penetapan harga dan keberadaan brand ambassador mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih jersey merek Gewo di kawasan Bogor Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan harga (X1) dan brand ambassador (X2) ditempatkan sebagai variabel independen, sementara keputusan pembelian (Y) dijadikan variabel dependen. Data penelitian dihimpun melalui penyebaran angket kepada konsumen serta wawancara mendalam sebagai pelengkap informasi. Kerangka teori merujuk pada prinsip-prinsip pemasaran kontemporer yang dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong. Untuk menganalisis hubungan antar variabel, penelitian memanfaatkan teknik regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor harga memberikan pengaruh nyata dalam meningkatkan kecenderungan konsumen untuk membeli jersey Gewo. Selain itu, peran brand ambassador turut terbukti relevan karena mampu membentuk persepsi positif yang mendorong keputusan pembelian. Ketika kedua variabel tersebut diuji secara simultan, ditemukan bahwa keduanya bersama-sama menghasilkan efek positif yang kuat terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa pemasar perlu merancang strategi yang selaras antara kebijakan harga dan penggunaan figur publik agar dapat mengoptimalkan daya tarik produk serta memperkuat posisi Gewo di pasar lokal.

Kata Kunci: Harga; *Brand Ambassador*; Keputusan Pembelian; Gewo

ABSTRACT

This study was conducted to identify how two key aspects of pricing structure and the presence of a brand ambassador influence consumer behavior in choosing Gewo brand jerseys in the East Bogor area. The study used a quantitative approach, with price (X1) and brand ambassador (X2) placed as independent variables, while purchasing decisions (Y) served as the dependent variable. Research data were collected through distributing questionnaires to consumers and in-depth interviews as supplementary information. The theoretical framework refers to contemporary marketing principles explained by Kotler and Armstrong. To analyze the relationship between variables, the study used multiple linear regression techniques. The results of the analysis indicate that the price factor has a significant influence in increasing consumer tendency to purchase Gewo jerseys. In addition, the role of the brand ambassador also proved relevant because it is able to form positive perceptions that drive purchasing decisions. When both variables were tested simultaneously, it was found that both together produced a strong positive effect on purchasing decisions. This finding confirms the need for marketers to design strategies that align pricing policies and the use of public figures to optimize product appeal and strengthen Gewo's position in the local market.

Keywords: Price; Brand Ambassador; Purchasing Decision; Gewo