

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO (SURVEY PADA
FOLLOWERS INSTAGRAM @ERIGOSTORE)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen



Oleh

Timothy Rekso Diputra

192411006

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI

BEKASI

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Timothy Rekso Diputra
NIM : 192411006
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Toko Erigo (Survey Pada *Followers* Instagram @Erigostore)

Skripsi diatas telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Bekasi, 26 Agustus 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

NIDN: 0325107402

Dosen Pembimbing



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

NIDN: 0325107402


LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO (Survey Pada
***Followers Instagram @Erigostore*)**


Oleh


Timothy Rekso Diputra
192411006

SKRIPSI

Unruk memenuhi salah satu syarat ujian
Guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Manajemen
Telah disetujui oleh Tim Penguji seperti tertera dibawah ini
Bekasi.


Ir. Prillia Haliawan, MM.
NIDN: 0430047303
Ketua Tim Penguji


Dr. Darwin Hasiholan, SE., M.Si
NIDN : 0328037401
Penguji I


Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si
NIDN : 0325107402
Penguji II

iii

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelara akademik Sarjana Akuntansi/Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 30 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Timothy Rekso Diputra

NIM: 192411006

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

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Timothy Rekso Diputra

NIM : 192411006

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Produk Erigo (Survey Pada *Followers* Instagram @erigostore)”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikan nya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan Sebenarnya.

Bekasi, 30 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Timothy Rekso Diputra

NIM: 192411006

v

v

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* dan desain produk terhadap minat beli produk *fashion* Erigo. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah *followers* Instagram @erigostore. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria responden yaitu usia responden minimal 15 – 35 tahun dan memfollow Instagram @erigostore. Hasil penelitian uji parsial (uji t) dengan taraf signifikan 5% menunjukkan hasil signifikansi 0,000 dan $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel *brand ambassador* dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Pada hasil uji f hasil signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, yang menyatakan bahwa variabel *brand ambassador* dan desain produk bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk *fashion* Erigo.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Desain Produk, Minat Beli

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand ambassadors and product design on the purchase intention Erigo's fashion products. This study uses a quantitative research design. The population of this research is Instagram followers @erigostore. The number of samples is 100 respondents. The sampling technique uses purposive sampling using the respondent's criteria, namely the respondent's age is at least 15-35 years and followers Instagram @erigostore. The results of the partial test (t test) with a significant level of 5% show a significance result of 0.000 and 0.000 <0.05, which means that the brand ambassador and product design variables have a significant effect on purchase intention. In the results of the f test, a significant result is 0.000 <0.05, which states that the brand ambassador and product design variables together have a significant effect on the purchase intention Erigo's fashion products.

Keywords: *Brand Ambassador, Design Product, Purchase Intention*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan, oleh kerana anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti. Adapun judul dari penulisan skripsi ini berjudul **“Pengaruh *Brand Ambassador* dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Produk Erigo (Survey Pada *Followers Instagram @Erigosotre*)”**

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Dengan tersusunnya skripsi ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua penulis yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi dan dukungan lahir maupun batin serta doa yang tiada henti kepada penulis dan kepada bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing dan juga kepada bapak Ahmad Zulfahmi, SE., MM selaku Co Dosen Pembimbing yang memberikan arahan dan bimbingan dengan ketelitian dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini, serta pihak-pihak yang memberikan dukungan kepada penulis diantara yang terhormat:

1. Ketua Pembina Yayasan Prima Bina Bangsa, dr. Marion E. Aritonang.
2. Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa, Horas Sebastian E.Tobing.
3. Ketua Tri Bhakti Business School, Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom.

4. Ketua Program Studi Manajemen, Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing dan Ahmad Zulfahmi, SE., MM selaku Co Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu memberikan arahan dan saran kepada penulis selama proses perkuliahan.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan sarjana di STIE Tri Bhakti.
6. Seluruh staff dan bagian akademik yang sudah membantu keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi dan selama belajar di STIE Tri Bhakti.
7. Mama dan Bapa tercinta, Marcelinus Sianturi dan Anita R Panjaitan. Terima kasih atas semangat dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis.
8. Rekan-rekan seperjuanganku sekaligus sahabatku selama masa kuliah Theo, Ronaldo, Jevon, Ipul, Sarah, Okta, Ninda, Arda, dan Ali untuk kerja sama, dukungan, dan bantuan yang telah diberikan selama perkuliahan sampai penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman mahasiswa angkatan 2019 atas kerja sama dan dukungan yang diberikan.
10. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang sudah membantu.

Bekasi, 26 Agustus 2023



Timothy Rekso Diputra

NIM : 192411013

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	Ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
SURAT PERNYATAAN PERSTUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	Xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Batasan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.7 Sistematika Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Brand Ambassador	14

2.1.3	Desain Produk	17
2.1.4	Minat Beli	19
2.2	Penelitian Terdahulu	21
2.3	Kerangka Penelitian	27
2.4	Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Desain Penelitian	29
3.1.1	Tujuan Penelitian	29
3.1.2	Paradigma Penelitian	29
3.1.3	Metodologi Penelitian	29
3.1.4	Strategi Penelitian	30
3.1.5	Unit Analisis	30
3.1.6	Keterlibatan Penelitian	30
3.1.7	Latar Penelitian	30
3.1.8	Waktu Pelaksanaan	30
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran	31
3.2.1	Variabel Dependen (Variabel Terikat)	31
3.2.2	Variabel Independen (Variabel Bebas)	33
3.3	Populasi dan Sampel	36
3.3.1	Populasi	36
3.3.2	Sampel	37
3.4	Sumber Data	38
3.4.1	Data Primer	38
3.4.2	Data Sekunder	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6	Teknik Analisa Data	41

3.6.1	Uji Analisis Deskriptif Variabel	41
3.6.2	Analisis Kuantitatif	41
3.6.3	Uji Instrumen Penelitian	41
3.6.4	Uji Asumsi Klasik	42
3.6.5	Analisis Data	44
3.6.6	Uji Hipotesis	45
3.6.7	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN		47
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1	Profil Perusahaan	47
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	48
4.2	Hasil Penelitian	49
4.2.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	49
4.2.2	Analisis Deskriptif Penelitian Variabel	50
4.2.3	Uji Instrumen	54
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	58
4.2.5	Analisis Regresi Linear Berganda	62
4.2.6	Uji Hipotesis	63
4.2.7	Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.3	Pembahasan Hasil	67
4.3.1	Pembahasan Hasil Kuisisioner	67
4.3.2	Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		72
5.1	Simpulan	72
5.2	Saran	73
5.3	Implikasi Penelitian	74

DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Dependen (Minat Beli).....	47
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Independen X1 (Brand Ambassador)	49
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel Independen X2 (Desain Produk).....	50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	53
Tabel 4.2	Karakteristik Repsonden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan perbulan	55
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	55
Tabel 4.5	Penilaian Analisis Deskriptif	56
Tabel 4.6	Penilaian Variabel <i>Brand Ambassador</i>	56
Tabel 4.7	Hasil Penelitian Desain Produk	57
Tabel 4.8	Hasil Penelitian Minat Beli	59
Tabel 4.9	Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i>	60
Tabel 4.10	Uji Validitas Desain Produk	61
Tabel 4.11	Uji Validitas Minat Beli	61
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas <i>Brand Ambassador</i>	62
Tabel 4.13	Uji Reliabilitas Desain Produk	62
Tabel 4.14	Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)	63
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.16	Uji Linearitas Data	64
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.18	Hasil Uji Heterokedastisitas	66
Tabel 4.19	Hasil Uji Autokorelasi	67

Tabel 4.20	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4.21	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	69
Tabel 4.22	Hasil Uji (F)	71
Tabel 4.23	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
Tabel 4.24	Hasil Kuesioner Brand Ambassador	72
Tabel 4.25	Hasil Kuesioner Desain Produk	73
Tabel 4.26	Hasil Kuesioner Minat Beli	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Top 3 Subsektor Ekonomi Kreatif 2021	2
Gambar 1.2	Data Minat Brand Fashion Lokal Indonesia	3
Gambar 1.3	Followers Instagram Brand Fashion Lokal Yang Menerapkan BBrand Ambassador	4
Gambar 1.4	Instagram Raffi Ahmad & Alex Tan	6
Gambar 1.5	Contoh Desain Produk Pada Brand Erigo	7
Gambar 1.6	Contoh Desain Produk Pada Brand Erigo	8
Gambar 1.7	Data Pra Survey Pada Followers Instagram @erigostore	9
Gambar 1.8	Data Pra Survey Pada Followers Instagram @erigostore	10
Gambar 1.9	Data Pra Survey Pada Followers Instagram @erigostore	11
Gambar 2.1	Kerangka Konsep Penelitian	41
Gambar 3.1	Desain Penelitian	46
Gambar 3.2	Populasi Followers Instagram @erigostore	51
Gambar 3.3	Skor Penelitian Kuisisioner	55
Gambar 4.1	Logo Brand Erigo	64