

**PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN *BRAND*
AMBASSADOR K-POP BLACKPINK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OREO
Pada Anggota *Group WhatsApp Fans K-pop*
*Blackpink***

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**DEDE ROHIMAH
2412008245**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN *BRAND*
AMBASSADOR K-POP BLACKPINK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OREO
Pada Anggota *Group WhatsApp Fans*
*Blackpink***

Oleh :

Nama : DEDE ROHIMAH
NIM : 2412008245
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui Dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 13 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen

Husen Sutisna, SP, M.Si

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN *BRAND*
AMBASSADOR K-POP BLACKPINK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OREO
Pada Anggota *Group WhatsApp Fans*
*Blackpink***

Oleh :

Nama : DEDE ROHIMAH
NIM : 2412008245
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 13 Agustus 2024
Waktu : 14.40-16.00

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr. Hanantyo Dewanto, S.P., MM (.....)
Anggota : Nuryani Susana, S.Pd, SH, MH (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, M.M., MSi

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DEDE ROHIMAH
NIM : 2412008245
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 320614450300006
Alamat : Kp.Sodong Rt.007/002 Ds. Kawungsari Kec. Salawu
Kab. Tasikmalaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Brand Ambassador K-Pop Blackpink* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oreo merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 13 Agustus 2024

DEDE ROHIMAH

ABSTRAK

DEDE ROHIMAH. NIM 2412008245. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Ambassador K-pop Blackpink Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oreo Pada Anggota Group WhatsApp Fans Blackpink.

Dalam upaya untuk mendapatkan kembali minat konsumen, dunia usaha telah berupaya untuk menyesuaikan diri dengan pola yang ada saat ini. Saat ini salah satu yang sedang banyak diminati oleh *Korean Wave* adalah musik, khususnya *K-Pop*. Adapun permasalahan yang dihadapi seperti kualitas produk yang tidak sesuai, harga yang lebih mahal, dan pelanggan membeli produk oreo hanya untuk mendapatkan *photocard* idolanya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Brand Ambassador K-pop Blackpink* Terhadap Keputusan Pembelian produk oreo pada anggota *group WhatsApp fans blackpink*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *sample jenuh* yaitu semua populasi dijadikan sampel. Adapun sampel tersebut berjumlah 106 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 45,8% faktor-faktor keputusan membeli dapat dijelaskan oleh kualitas produk, harga dan *brand ambassador* sedangkan sisanya 54,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, harga dan *brand ambassador* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (30,888) > F_{tabel} (2,69)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (4,078)$ dan variabel *brand ambassador* menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (4,953)$ dimana $t_{tabel} (1,980)$ maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk oreo pada anggota *group WhatsApp fans blackpink*. Adapun variabel kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk oreo dengan nilai hasil analisis $t_{hitung} (0,821)$. Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk oreo adalah harga.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Brand Ambassador, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

DEDE ROHIMAH. NIM 2412008245. *The Influence of Product Quality, Price, and K-pop Blackpink Brand Ambassador on Oreo Product Purchase Decisions among Blackpink Fan WhatsApp Group Members.*

In an effort to regain consumer interest, the business world has attempted to adapt to current patterns. Currently, one of the things that is popular with the Korean Wave is music, especially K-Pop. The problems faced include inappropriate product quality, higher prices, and customers buying Oreo products just to get a photocard of their idol.

The aim of this research is to determine and analyze the influence of product quality, price and Blackpink's K-pop brand ambassador on purchasing decisions for Oreo products among Blackpink fans' WhatsApp group members. The type of research used is quantitative research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection was carried out using a saturated sample method, that is, the entire population was sampled. The sample consisted of 106 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test show that 45.8% of purchasing decision factors can be explained by product quality, price and brand ambassador while the remaining 54.2% is explained by other factors not examined in this research. Meanwhile, the results of the F test show that the variables product quality, price and brand ambassador simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions with the analysis results being the $F_{count} (30.888) > F_{table} (2.69)$. The results of the t test show that the price variable shows the results of the tcount analysis (4.078) and the brand ambassador variable shows the results of the tcount analysis (4.953) where $t_{table} (1.980)$, then partially these two variables have a positive and significant effect on the decision to purchase Oreo products among members of the WhatsApp fans group. blackpink. The product quality variable does not have a positive and significant effect on the decision to purchase Oreo products with a t-count analysis result of (0.821). The dominant variable influencing the decision to purchase Oreo products is price.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Ambassador, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan proposal skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Brand Ambbasaor K-Pop Blackpink* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oreo ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena tentang kualitas produk, harga dan *brand ambassador* sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui kualitas produk, harga, dan *brand ambassador* yang diinginkan oleh pelanggan.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, SE selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, M.M., MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Husen Sutisna SP, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.

7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ayahanda Jeje Lesmana serta Ibunda Rosmiati tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Kepada *Member Blackpink* (Kim Jisso, Kim Jenie, Park Caeyoung, Lalisa Manoban) serta *Member Bts* (Kim namjoon, Kim Seokjin, Min yoongi, Jung ho seok, Park jimin, Kim taehyung, Jeon Jeongkook) penulis ucapkan terimakasih karena telah memberi energy positif sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan baik.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin

Depok, 13 Agustus 2024

Penulis,

DEDE ROHIMAH

NIM: 2412008245

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Perumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Kualitas Produk.....	8
2.1.2. Harga.....	9
2.1.3. <i>Brand Ambassador</i>	10
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	12
2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Berpikir.....	19
2.4. Hipotesis	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
3.2. Jenis Penelitian.....	22
3.3. Populasi dan Sampel	23
3.3.1. Populasi.....	23
3.3.2. Sampel.....	23
3.4. Teknik Pengumpul Data.....	24
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	24
3.5.1. Variabel Bebas	25

3.5.2.	Variabel Terikat	28
3.6.	Teknik Analisis Data.....	29
3.6.1.	Skala dan Angka Penafsiran	30
3.6.2.	Persamaan Regresi	31
3.6.3.	Uji Kualitas Data.....	32
3.6.4.	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.5.	Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		40
4.1.	Hasil Penelitian	40
4.1.1.	Gambaran Perusahaan.....	40
4.1.2.	Karakteristik Responden	41
4.1.3.	Tanggapan Responden	42
4.1.4.	Hasil Uji Kualitas Data	47
4.1.5.	Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.1.6.	Hasil Uji Hipotesis	53
4.2.	Pembahasan.....	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		60
5.1.	Simpulan	60
5.2.	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN.....		62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Top Brand Index Biskuit Sandwich	1
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	22
Tabel 3.2. Definisi Oprasional Variabel	28
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	30
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	40
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk	42
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	43
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel <i>Brand Ambassador</i>	44
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	48
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	48
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i>	49
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.10. Hasil Uji Realibilitas	50
Tabel 4.11. Hasil Uji Kolmogorov-smirnov	51
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	52
Tabel 4.13. Hasil Uji Regresi Berganda	54
Tabel 4.14. Hasil Uji F	55
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4.16. Hasil Uji t (Uji Parsial)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Member Blackpink Jenie,Jisso,Lisa,Rose	3
Gambar 1.2. Poduk Varian Rasa Oreo X Blackpink.....	3
Gambar 1.3. Data Penjualan Oreo.....	4
Gambar 2.1. Model Lima Tahap Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual Penelitian	20
Gambar 4.1. PT. Mondelez Indonesia	39
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas	51
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bukti Pengecekan Plagiarisme	61
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	64
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	65
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	74
Lampiran 6. Tabel F	75
Lampiran 7. Tabel t.....	76
Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup.....	77