

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* ERIGO TERHADAP
NIAT BELI MAHASISWA DI YOGYAKARTA**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Viviana Intan Wibowo

NPM : 190324617

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA**

2023

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* ERIGO TERHADAP
NIAT BELI MAHASISWA DI YOGYAKARTA**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Viviana Intan Wibowo

NPM : 190324617

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA**

2023

Skripsi

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* ERIGO TERHADAP
NIAT BELI MAHASISWA DI YOGYAKARTA**



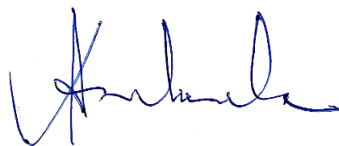
Disusun oleh:

Viviana Intan Wibowo

NPM: 190324617

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



M.Parnawa Putranata, MBA., Ph.D.

Skripsi

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR ERIGO TERHADAP
NIAT BELI MAHASISWA DI YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Viviana Intan Wibowo

NPM: 190324617

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 12 Juli 2023

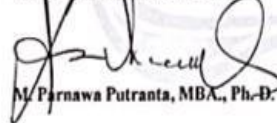
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen
(S1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.


Anggota Panitia Penguji


Nadia Nila Sari, SE., MBA.


Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI.

Yogyakarta, 21 Agustus 2023
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

iii

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* ERIGO TERHADAP

NIAT BELI MAHASISWA DI YOGYAKARTA

benar- benar bahwa hasil karya dari saya sendiri. Ide, pernyataan, kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide dari orang lainn dinyatakan secara tertulis di dalam skripsi ini, *footnote* dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari saya terbukti bahwa melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya pada skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya dapatkan dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Juli 2023

Yang menyatakan



Viviana Intan Wibowo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* Erigo Terhadap Niat Beli Mahasiswa di Yogyakarta” dengan baik. Maksud dan tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Seluruh keluarga saya tercinta khususnya Bapak Ananto Wibowo dan Ibu Natalia Puri Harjanti sebagai orang tua atas segala dukungan, doa restu, dan kasih sayang tak terhingga.
2. Bapak M. Parnawa Putranata, MBA, Ph.D. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan memotivasi selama penulisan skripsi hingga selesai. Penulis menyampaikan terima kasih atas waktu, ilmu, serta nasihat yang telah diberikan kepada penulis.
3. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Ibu Debora Wintriasi H., S.E., M.M., Msc. selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Seluruh dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama di perkuliahan.

6. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membagikan informasi sehingga membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.
7. Agung Setiawan, Lidia Anastasia Messakh, Devira Kristi, Antonius Bayu, Evita Murismia, Andrian Ezra Mahendra, Lucia Cikal Narindri, yang ikut berperan membantu, mendukung, dan selalu memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Seluruh teman satu pembimbing yang telah memberikan dukungan, bantuan, saran, serta kritik selama pembuatan skripsi ini hingga selesai.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terdapat berbagai keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka mengenai segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulisan dapat ditingkatkan kualitasnya lebih baik lagi. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagaimana mestinya bagi penulis maupun pembaca.

Yogyakarta, 13 Juli 2023



Viviana Intan Wibowo

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	8
1.3 Batasan masalah	8
1.4 Tujuan penelitian	9
1.5 Manfaat penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Brand Ambassador.....	10
2.2 Niat Beli	12
2.3 Penelitian Terdahulu	16
2.4 Pengembangan Hipotesis	18
2.5 Kerangka Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Populasi dan Sampel.....	19
3.3.1 Populasi	19

3.3.2	Sampel	19
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	20
3.2.1	Variabel Independen	20
3.2.2	Variabel Dependen	20
3.3	Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data	20
3.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	20
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	21
3.4	Metode Analisis Data.....	21
3.4.3	Metode Analisis.....	23
3.4.4	Analisis Regresi Linier Sederhana	23
3.4.5	Uji Hipotesis.....	24
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1	Penyajian Data.....	25
4.1.1	Karakteristik Responden.....	25
4.1.2	Distribusi Jawaban Responden.....	26
4.2	Hasil Analisis Data Kuantitatif.....	31
4.2.1	Evaluasi Analisis Regresi Linier Sederhana	31
4.3	Pembahasan	32
BAB V	PENUTUP	34
5.1	Kesimpulan.....	34
5.2	Implikasi Manejerial	35
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	35
5.4	Saran	35
DAFTAR	PUSTAKA.....	37
LAMPIRAN	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar 10 Merek Lokal Recommended Menurut IDN Times	4
Tabel 1. 2 Data Penjualan Erigo Dari Platform Shopee.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Hasil Pengujian Validitas Kuisisioner	22
Tabel 3. 2 Hasil Pengujian Reliabilitas Kuisisioner	23
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	25
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Tentang <i>Variabel</i> Brand Ambassador.....	26
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Tentang <i>Variabel</i> Brand Ambassador	29
Tabel 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients ^a Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Niat Beli Konsumen Coefficients ^a	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis-Jenis Produk Erigo	3
Gambar 1. 2 Jumlah Pengikut Instagram Erigo Store Pada Tahun 2023	5
Gambar 1. 3 Brand Ambassador Erigo Gading Martin.....	6
Gambar 2.1 Model Hipotesis.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	41
LAMPIRAN 2 Lampiran Data Jawaban Responden	43
LAMPIRAN 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
LAMPIRAN 4 Lampiran Hasil Uji Normalitas	55
LAMPIRAN 5 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana dan Hipotesis	57

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* ERIGO TERHADAP

NIAT BELI MAHASISWA DI YOGYAKARTA

Disusun oleh:

Viviana Intan Wibowo

NPM: 190324617

Pembimbing

M. Parnawa Putranta , MBA., Ph.D.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *Brand Ambassador* terhadap niat beli mahasiswa di Yogyakarta. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuisioner secara online melalui media sosial. Data yang diperoleh dan digunakan dalam penelitian ini berupa angka dan merupakan data yang bersifat kuantitatif.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yaitu terdiri dari uji heteroskedastisitas, uji regresi linear sederhana, dan uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial (uji t) dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan uji regresi linear sederhana mendapatkan hasil yaitu terdapat pengaruh antara variabel brand ambassador terhadap variabel niat beli mahasiswa di Yogyakarta. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,482 atau 48,2 %. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh variabel brand ambassador terhadap variabel niat beli mahasiswa di Yogyakarta sebesar 48,2 %.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, niat beli, mahasiswa