

HALAMAN MOTTO

“Ketika kamu ikhlas menerima semua kekecewaan, maka Allah SWT. akan
membayar tuntas kekecewaanmu dengan beribu-ribu kebaikan”

-Ali Bin Abi Thalib-



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT. atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh rasa hormat, cinta, dan terima kasih kepada :

1. Orang tua saya tercinta, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, pengorbanan, serta semangat yang tiada henti dalam setiap langkah kehidupan penulis.
2. Adik saya tercinta, yang telah memberikan semangat, motivasi, dan dukungan sehingga penulis tetap semangat dalam menyusun skripsi.
3. Ibu Dr. Prihartini Astuti, S.E., M.Si , selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, motivasi, serta ilmu yang sangat berharga kepada penulis.
4. Sahabat dan teman – teman saya seperjuangan, yang selalu memberikan semangat, dukungan dan membantu selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi.
5. Almamater Universitas Putra Bangsa, yang telah menjadi tempat penulis menimba ilmu, mengembangkan diri dan mendapat berbagai pengalaman untuk masa depan nanti.
6. Diri saya sendiri, terimakasih karena telah mampu bertahan, bangkit dari setiap kesulitan, tetap berusaha dan tidak menyerah dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi.

Semoga skripsi ini dapat menjadi langkah awal dalam perjalanan panjang untuk terus belajar, berkarya dan memberikan manfaat bagi banyak orang.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian pada produk kopi instan Good Day Cappuccino di Kabupaten Kebumen. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang mengonsumsi kopi instan Good Day Cappuccino di Kabupaten Kebumen. Teknik pengambilan sampel ini dengan *purposive sampling* dan metode penelitian kuantitatif, dengan melakukan penyebaran kuesioner pada 102 responden. Uji analisis data ini dilakukan menggunakan SPSS ver 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara bersama – sama kualitas produk, *Brand Image* dan *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Brand Image*, *Brand Ambassador*



ABSTRACT

This study aims to find out the influence of Product Quality, Brand Image, and Brand Ambassador on Purchase Decisions for Good Day Cappuccino instant coffee products in Kebumen Regency. The population of this study is consumers who consume Good Day Cappuccino instant coffee in Kebumen Regency. The sampling technique used purposive sampling and the research method was quantitative, by distributing questionnaires to 102 respondents. The data analysis test was conducted using SPSS version 27. The results of this study show that product quality has a positive and significant effect on purchase decisions, Brand Image has a positive and significant effect on purchase decisions, and Brand Ambassador has a positive and significant effect on purchase decisions. Together, product quality, Brand Image, and Brand Ambassadors have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Brand Ambassador



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Instan Good Day Cappuccino di Kabupaten Kebumen” dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata – 1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa doa, bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. , selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Ibu Dr. Prihartini Budi Astuti, S.E., M.Si. , selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan dan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa
4. Orang tua dan adik tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, semangat, dukungan dan pengorbanan yang tidak ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
5. Sahabat dan teman – teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat, dukungan serta bantuan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam penyusunan karya tulis ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan dan menjadi referensi yang berguna bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 29 Juli 2026

Penulis,

Alya Ellyta Naufalia
225504759



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Batasan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1. Tinjauan Teori.....	16
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	16
2.1.2. Kualitas Produk.....	20
2.1.3. <i>Brand Image</i>	25
2.1.4. <i>Brand Ambassador</i>	30
2.2. Penelitian Terdahulu	35
2.3. Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.3.1. Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	42
2.4. Model Empiris	43
2.5. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	46
3.1.1 Objek Penelitian.....	46
3.1.2 Subjek Penelitian	46
3.2. Variabel Penelitian.....	46
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	47
3.3.1 Keputusan Pembelian.....	47
3.3.2 Kualitas Produk.....	48
3.3.3 <i>Brand Image</i>	49
3.3.4 <i>Brand Ambassador</i>	50
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	51

3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1 Jenis Data	51
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6. Populasi dan Sampel	53
3.6.1 Populasi.....	53
3.6.2 Sampel.....	54
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel	54
3.7. Teknik Analisis	56
3.7.1 Analisis Deskriptif	56
3.7.2 Analisis Statistik	57
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	66
4.1. Gambaran Perusahaan.....	66
4.1.1 Sejarah PT Santos Jaya Abadi	66
4.1.2 Visi dan Misi.....	67
4.2. Analisis Deskriptif	67
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	69
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	71
4.2. Analisis Statistik	72
4.3.1 Uji Instrumen	72
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda	80
4.3.4 Uji Hipotesis	83
4.4. Pembahasan.....	87
4.4.1 Pengaruh <i>Kualitas produk</i> Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	89
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.4.4 Pengaruh <i>Kualitas produk, Brand Image dan Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	92
BAB V SIMPULAN	94
5.1. Simpulan	94
5.2. Keterbatasan.....	95
5.3. Implikasi	97
5.3.1 Implikasi Praktis	97
5.3.2 Implikasi Teoritis	98
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Top Brand Index Kopi Bubuk Instan di Indonesia.....	2
Tabel I-2 <i>Brand Ambassador</i> Produk Kopi <i>Good Day</i>	3
Tabel I-3 Data Observasi Keputusan Pembelian di Kabupaten Kebumen	6
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi kuesioner Keputusan Pembelian.....	48
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Kualitas Produk.....	49
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi kuesioner <i>Brand Image</i>	50
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi kuesioner <i>Brand Ambassador</i>	50
Tabel IV-1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel IV-2 Responden Berdasarkan Domisili	69
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	71
Tabel IV-5 Uji Validitas Variabel <i>Kualitas produk</i>	73
Tabel IV-6 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	73
Tabel IV-7 Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i>	74
Tabel IV-8 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	75
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel IV-10 Uji Multikolinearitas	77
Tabel IV-11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	80
Tabel IV-IV-12 Hasil Uji regresi Berganda.....	81
Tabel IV-13 Hasil Uji t	84
Tabel IV-14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	86
Tabel IV-15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV-1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran 2 Karakteristik responden.....	110
Lampiran 3 Tabulasi data.....	113
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen	117
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	120
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis	122
Lampiran 7 r Tabel.....	123
Lampiran 8 F tabel	125
Lampiran 9 t tabel	126
Lampiran 10 Kartu Bimbingan Skripsi.....	127
Lampiran 11 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi.....	128

