

HALAMAN MOTTO

“Bergeraklah agar kamu termotivasi, jangan menunggu termotivasi baru bergerak”

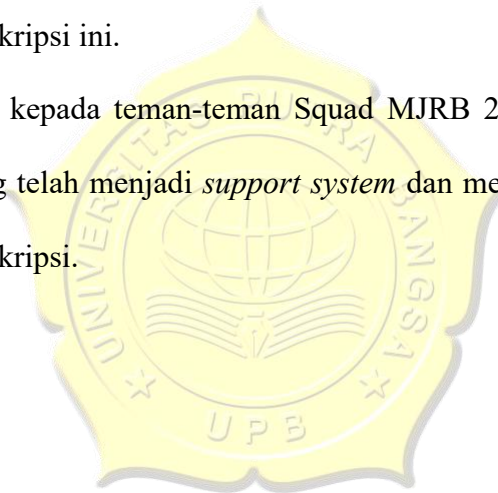
(Mustofa Nur Tamanna)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, dengan segala kerendahan hati, skripsi saya persembahkan kepada:

1. Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta motivasi penuh. Terima kasih telah menjadi orang tua yang terbaik.
2. Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, serta arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Terima kasih kepada teman-teman Squad MJRB 2021 serta Alfia Rama Danniaty yang telah menjadi *support system* dan menemani penulis dalam penyusunan skripsi.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *product quality*, *brand ambassador*, dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan Le Minerale pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Penelitian ini memiliki jumlah sampel sebanyak 100 responden yang pernah melakukan pembelian serta responden minimal berusia 17 tahun. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Le Minerale di Kabupaten Kebumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang dikumpulkan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Product Quality* (X1), *Brand Ambassador* (X2), Ketersediaan produk (X3) dan Keputusan Pembelian (Y1). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis statistik meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 22 for windows.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variable valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan model memenuhi asumsi normalitas. Variabel *product quality* (X1) secara parsial, memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel *brand ambassador* (X2) secara parsial memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian. Variabel ketersediaan produk (X3) secara parsial memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian. Variabel *product quality*, *brand ambassador* dan ketersediaan produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian air minum dalam kemasan Le Minerale di Kabupaten Kebumen. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 0,494 artinya bahwa variabel Keputusan pembelian yang dijelaskan oleh variabel *product quality*, *brand ambassador* dan ketersediaan produk sebesar 49.4% Sedangkan 50,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *product quality*, *brand ambassador*, ketersediaan produk, keputusan pembelian.

ABSTRACTION

This study aims to analyze the influence of product quality, brand ambassador, and product availability on purchasing decisions for Le Minerale bottled drinking water in Kebumen Regency. This study has a sample size of 100 respondents who have made purchases and respondents are at least 17 years old. The population in this study are Le Minerale consumers in Kebumen Regency. The data used in this study are primary data obtained from the results of respondents' answers collected through questionnaires. This study uses a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. The variables used in this study are Product Quality (X1), Brand Ambassador (X2), Product availability (X3) and Purchase Decision (Y1). Data analysis techniques used in this study are descriptive analysis and statistical analysis including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests, multiple linear regression analysis using the SPSS 22 for windows program.

The results of this study indicate that all variables are valid and reliable, there is no multicollinearity, no heteroscedasticity and the model meets the assumption of normality. The product quality variable (X1) partially has an influence on purchasing decisions. The brand ambassador variable (X2) partially has an influence on purchasing decisions. The product availability variable (X3) partially has an influence on purchasing decisions. The product quality, brand ambassador and product availability variables simultaneously influence the purchasing decision of Le Minerale bottled drinking water in Kebumen Regency. The results of the determination coefficient in this study were 0.494, meaning that the purchasing decision variable explained by the product quality, brand ambassador and product availability variables was 49.4%, while 50.6% was explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *product quality, brand ambassador, product availability, purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

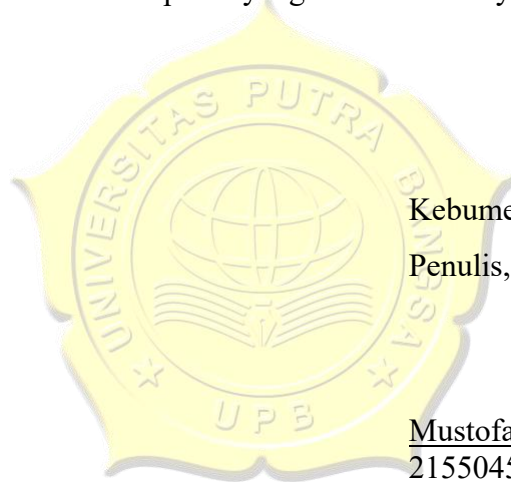
Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Product Quality*, *Brand Ambassador*, dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Le Minerale” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S-1) Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M selaku Kaprodi Manajemen Universitas Putra Bangsa
3. Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, serta arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta motivasi penuh. Terima kasih telah menjadi orang tua yang terbaik.

5. Segenap teman-teman kelas MJR B 2021 yang telah banyak berbagi canda dan tawa.
6. Almamaterku tercinta Universitas Putra Bangsa.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis tidak menutup diri atas kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkannya.



Kebumen, 07 Juni 2025

Penulis,

Mustofa Nur Tamanna
215504540

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	18
1.3. Batasan Masalah	19
1.4. Tujuan Penelitian	22
1.5. Manfaat Penelitian	22
BAB II	24
KAJIAN PUSTAKA.....	24
2.1. Tinjauan Teori.....	24
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	24
2.1.2. <i>Product Quality</i>	27
2.1.3. <i>Brand Ambassador</i>	31

2.1.4. Ketersediaan Produk	34
2.2. Penelitian Terdahulu	39
2.3. Hubungan Antar Variabel	46
2.4. Model Empiris	49
2.5. Hipotesis.....	49
BAB III	50
METODE PENELITIAN.....	50
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	50
3.2. Variabel Penelitian.....	51
3.3. Definisi Operasional Variabel	51
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	55
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	57
3.6. Populasi dan Sampel	59
3.7. Teknik Analisis	61
3.8. Alat Analisis Data	62
BAB IV	72
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1. Analisis Deskriptif	72
4.2. Analisis Statistik	77
4.3. Pembahasan	92
BAB V	97
SIMPULAN	97
5.1. Simpulan.....	97
5.2. Keterbatasan.....	98
5.3. Implikasi.....	99
5.3.1 Implikasi Praktis	99
5.3.2 Implikasi Teoritis	101

DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	111



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Daftar Produk Yang Terdaftar Dalam BPOM.....	3
Tabel I- 2 Top Brand Index Air Minum Dalam Kemasan Di Indonesia	4
Tabel I- 3 Penjualan Le Minerale Di Toko Ritel Kebumen.....	7
Tabel I- 4 Hasil Observasi Keputusan Pembelian Le Minerale Di Kebumen	9
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	43
Tabel III-1 Indikator Variabel Keputusan Pembelian pada Kuisisioner.....	53
Tabel III-2 Indikator Variabel <i>Product Quality</i> pada Kuisisioner.....	53
Tabel III-3 Indikator Variabel <i>Brand Ambassador</i> pada Kuisisioner.....	54
Tabel III-4 Indikator Variabel Ketersediaan Produk pada Kuisisioner	55
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	74
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	76
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas <i>Product Quality</i>	78
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i>	78
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Ketersediaan Produk.....	79
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	79
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel IV-11 Hasil Uji Normalitas.....	84
Tabel IV-12 Hasil Regresi Linier Berganda	86
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	88
Tabel IV-14 Hasil Uji Simultan (Uji f)	91

Tabel IV-15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	92
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Merek Air Minerale dalam Kemasan Botol Favorit di Indonesia	6
Gambar II-1 Model Empiris.....	49
Gambar IV-1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner.....	110
Lampiran 2 Data Responden.....	115
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden	118
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	122
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	126
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	127
Lampiran 7 Regresi Linier Berganda.....	129
Lampiran 8 Tabel r.....	131
Lampiran 9 tabel t	134
Lampiran 10 tabel f.....	137
Lampiran 11 Kartu Konsultasi Skripsi.....	140
Lampiran 12 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi.....	141

