

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN *BRAND*
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU CONVERSE DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**



**OLEH
I MADE ANDIKA
NIM 2117041162**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2025**



**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN *BRAND*
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU CONVERSE DI KALANGAN MAHASISWA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**

**Oleh
I Made Andika
NIM 2117041162**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2025

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**



Pembimbing I,

Pembimbing II,


Komang Endrawan Sumadi Putra, SE., M.M.
NIP. 198602112019031005

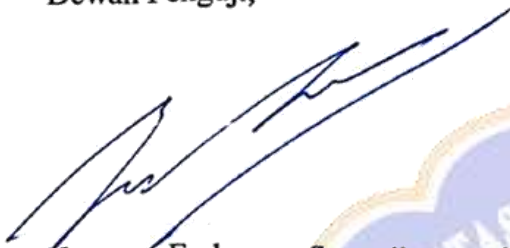

Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 198502202010121007

Skripsi oleh I Made Andika

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal 04 Juni 2025

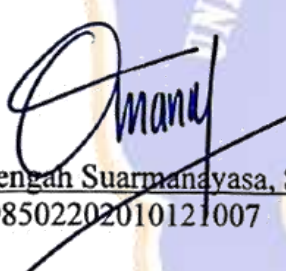
Dewan Penguji,



Komang Endrawan Sumadi Putra, SE., M.M.

(Ketua)

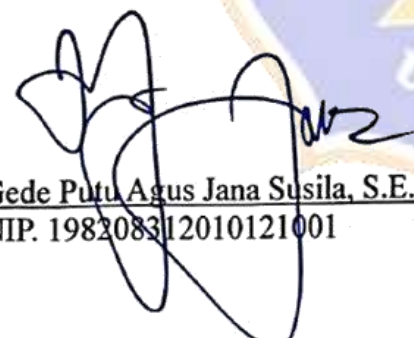
NIP. 198602112019031005



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.

NIP. 198502202010121007

(Anggota)



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A.

NIP. 198208312010121001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 04 Juni 2025

Ketua Ujian, **Mengetahui,** Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 1968102919930320010

Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniartha, S.E., Ak., M.Si
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul Pengaruh Persepsi Konsumen dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Kalangan Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha” beserta seluruh isisnya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.



Singaraja, 04 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,

I Made Andika

NIM. 2117041162

MOTTO

**“Keberhasilan lebih banyak ditentukan oleh kerja keras
dan proses, bukan sekadar ide.”**

(Thomas Edison)



KATA PERSEMBAHAN

Saya mengucapkan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, atas rahmat dan karunia-Nya yang memungkinkan saya menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Kepada Bapak Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku Pembimbing I dan Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran hati memberikan bimbingan, pengarahan, saran, masukan, dan motivasi yang bermanfaat selama penyelesaian skripsi.

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh dosen yang telah membagikan ilmu dan wawasan berharga. Saya sangat menghargai kesabaran serta bimbingan Bapak/Ibu dosen, yang meskipun tidak dapat saya sebutkan satu per satu, telah mendukung saya selama menjalani proses perkuliahan.

Kepada keluarga tercinta, I Nyoman Parwata (Bapak), Ni Nyoman Sasih (Ibu), I Wayan Sudiarta (Kakak pertama) dan I Nengah Suartana (Kakak kedua) yang telah memberikan doa, nasihat, motivasi, dan kasih sayang. Terima kasih untuk segenap doa, dukungan, dan kasih sayang yang akan terus menuntun perjalanan hidup saya.

Untuk teman-teman di Jurusan Manajemen yang tidak dapat saya sebut satu persatu, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa, dan dorongan semangat. Terima kasih untuk semangat kalian.

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Konsumen dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Kalangan Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha.”** Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, baik secara moral maupun material, dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- 2) Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- 3) Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Pembimbing Akademik saya dan Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha sekaligus pembimbing akademik saya.
- 4) Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen yang dengan penuh tanggung jawab dan kesabaran telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
- 5) Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku pembimbing II saya yang telah memberikan arahan dan masukan selama proses perkuliahan serta dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 6) Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M., selaku pembimbing I saya yang senantiasa dengan setulus hati, penuh tanggung jawab dan selalu sabar dalam memberikan arahan, dukungan, semangat dan juga bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 7) Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu membimbing dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.

- 8) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah membantu dalam memberikan informasi, pelayanan, dan petunjuk selama proses perkuliahan
- 9) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
- 10) Ayah dan Ibu tercinta, I Nyoman Parwata dan Ni Nyoman Sasih, serta kakak kandung tercinta, I Wayan Sudiarta, I Nengah Suartana, Ni Ketut Budiantari Dewi yang selalu memberikan dukungan tanpa henti, baik dalam bentuk dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini dengan baik.
- 11) Kadek Sri Rahayu Darmayanti, atas segala doa, dukungan, dan ketulusan yang tak pernah henti. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam setiap langkah dan proses perjalanan ini.
- 12) Teman-teman terbaik saya di Tunjung Empire, yang selalu memberikan dukungan, kebersamaan, serta semangat dalam setiap proses yang saya jalani. Terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, dan motivasi yang tak pernah putus selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak guna meningkatkan kualitas penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi, terutama dalam mendukung perkembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 6 Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
MOTTO	v
KATA PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	8
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II KAJIAN TEORI.....	 11
2.1 Deskripsi Teoritis.....	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.2 Persepsi Konsumen.....	13
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	16
2.2 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	18
2.3 Hubungan Antar Variabel	22
2.3.1 Hubungan Persepsi Konsumen dan <i>Brand ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.2 Hubungan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.3 Hubungan <i>Brand ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4 Kerangka Berpikir	25
2.5 Hipotesis penelitian	26

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.1.1 Tempat Penelitian.....	27
3.1.2 Waktu Penelitian	27
3.2 Rancangan Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.4.1 Instrumen Variabel Terikat.....	30
3.4.2 Instrumen Variabel Bebas	34
3.4.3 Instrumen Pengumpulan Data.....	39
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data.....	40
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.6 Hipotesis Statistik.....	43
 BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Data	47
4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	50
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.2.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	57
4.3 Pengujian Hipotesis.....	58
4.3.1 Hubungan Persepsi Konsumen dan <i>Brand ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	58
4.3.2 Hubungan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	59
4.3.3 Hubungan <i>Brand ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	60
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
4.4.1 Hubungan Persepsi Konsumen dan <i>Brand ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	60
4.4.2 Hubungan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	65
4.4.3 Hubungan <i>Brand ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	70
4.5 Implikasi.....	75
4.6 Keterbatasan Penelitian	76

BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Rangkuman.....	77
5.2 Simpulan.....	79
5.3 Saran.....	79
DAFTAR RUJUKAN	82
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	86



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Data Top Brand Index Merek Sepatu Tahun 2024	1
Tabel 1. 2 Data Merek Sepatu Paling Disukai	3
Tabel 1. 3 Data Penjualan Sepatu Converse.....	3
Tabel 2. 1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional variabel Penelitian.....	31
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Terikat	31
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	33
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 3. 5 Definisi Operasional Variabel Bebas.....	35
Tabel 3. 6 Kisi-Kisi Instrummen Variabel Bebas.....	36
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Bebas	37
Tabel 3. 8 Hasil Uji Relibialitas Variabel Bebas	39
Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner Berdasarkan Semester	48
Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Berdasarkan Fakultas	49
Tabel 4. 5 uji Kolmogorov-Smirnov	52
Tabel 4. 6 Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Glejser.....	55
Tabel 4. 8 Ringkasan Hasil Output SPSS Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
Tabel 4. 9 Hasil Uji Determinasi.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian Pengaruh Persepsi Konsumen dan <i>Brand Ambassador</i>	25
Gambar 4. 1 Gambar <i>P-Plot</i>	51
Gambar 4. 2 Grafik <i>Scatterplots</i>	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Gambaran Umum Responden.....	89
Lampiran 3 Tabulasi Data (Hasil Data Pertanyaan Responden)	95
Lampiran 4 Hasil Output Perhitungan SPSS For Windows Versi 25.0	
Uji Validitas dan Reliabilitas.....	102
Lampiran 5 Hasil Output Perhitungan SPSS For Windows Versi 25.0	
Uji Asumsi Klasik	104
Lampiran 6 Hasil Output Perhitungan SPSS For Windows Versi 25.0	
Analisis Regresi Linear Berganda.....	107
Lampiran 7 Dokumentasi.....	109

