

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI SIKAT GIGI FORMULA**

(Survey Pada Masyarakat di Kabupaten Majalengka)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun Oleh:

NANDY ROHMANUDIN

20220510440



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI SIKAT GIGI FORMULA
(Survey Pada Masyarakat di Kabupaten Majalengka)

Oleh:

Nandy Rohmanudin

20220510440

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 20 juni 2026 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penelaah I,



Prof. Dr. H. Disman, M.S

NIP. 195902091984121001

Penelaah II,



Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy

NIK. 41038091296

Penelaah III,



Wachjuni, S.E., M.M

NIK. 410106710221

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BEL SIKAT GIGI FORMULA
(Survei Pada Masyarakat di Kabupaten Majalengka)**

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juni 2026

Dosen Pembimbing I



Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M
NIK. 41038111400

Dosen Pembimbing II



Wacjhuni, S.E., M.M
NIK. 410106710221

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M
NIK. 410104930220

LEMBAR PERNYATAAN OTENTITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* Dan Harga Terhadap Minat Beli**”. Skripsi ini merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana di Universitas Kuningan. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Kuningan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kuningan, Juni 2026

Yang membuat pernyataan



Nandy Rohmanudin

20220510440

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya"

(Q.S Al-Baqarah: 286)

"Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan"

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Pohon yang kokoh tumbuh dari benih yang kecil”

PERSEMBAHAN

Dipersembahkan kepada kedua orang tua, keluarga, dan seluruh pihak yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Di balik setiap halaman yang tersusun, terdapat doa yang dipanjatkan, dukungan yang diberikan, dan ketulusan yang menjadi kekuatan hingga karya ini akhirnya menemukan bentuknya.

ABSTRAK

Nandy Rohmanudin (20220510440) “PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SIKAT GIGI FORMULA (Survei pada Masyarakat di Kabupaten Majalengka)” dengan Dosen Pembimbing 1: Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M dan Dosen Pembimbing 2: Wachjuni, S.E., M.M. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan Harga terhadap Minat Beli Sikat Gigi Formula di Kabupaten Majalengka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, dan teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden yang pernah menggunakan atau mengetahui produk Sikat Gigi Formula. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji simultan (uji F), dan uji parsial (uji t) dengan bantuan program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Sikat Gigi Formula. 2) *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. 3) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. 4) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Harga, Minat Beli, Sikat Gigi Formula.

ABSTRACT

Nandy Rohmanudin (20220510440), "THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, AND PRICE ON PURCHASE INTENTION OF FORMULA TOOTHBRUSHES (Survey of Communities in Majalengka Regency)", under the supervision of Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M. as Supervisor I and Wachjuni, S.E., M.M. as Supervisor II. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University.

This study aimed to analyze the influence of Brand Ambassador, Brand Image, and Price on the Purchase Intention of Formula Toothbrushes in Majalengka Regency. This study employed a quantitative approach using a survey method, and data were collected through questionnaires distributed to 150 respondents who had used or were familiar with Formula Toothbrush products. The data analysis techniques included descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2), simultaneous testing (F-test), and partial testing (t-test) using SPSS version 27. The results showed that: (1) Brand Ambassador, Brand Image, and Price simultaneously had a significant effect on the Purchase Intention of Formula Toothbrushes; (2) Brand Ambassador had a positive and significant effect on Purchase Intention; (3) Brand Image had a positive and significant effect on Purchase Intention; and (4) Price had a positive and significant effect on Purchase Intention. Based on the findings, companies were recommended to optimize the use of brand ambassadors, strengthen brand image, and maintain competitive pricing strategies to increase consumers' purchase intention toward Formula Toothbrush products.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Price, Purchase Intention, Formula Toothbrush.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul "**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SIKAT GIGI FORMULA**" (Survey Pada Masyarakat di Kabupaten Majalengka) Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya dari jalan kegelapan ke jalan yang terang benderang, penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penyusunan proposal ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Kuningan. Penulis sepenuhnya menyadari berbagai keterbatasan yang dimiliki baik pengetahuan, kemampuan, dan waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M dan Ibu Wachjuni, S.E., M.M selaku dosen pembimbing atas bimbingan saran serta motivasi yang diberikan.

Akhir kata penulis berharap semoga proposal ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi semua pihak yang telah membaca proposal ini. Untuk segala kekurangan dalam penulisan proposal ini, penulis mohon maaf yang sebesar- besarnya. Terimakasih atas segala perhatiannya. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita, Aamiin.

Kuningan, Juni 2026

Nandy Rohmanudin

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta dan keluarga besar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang senantiasa mendoakan serta memberi dukungan yang tak terhitung nilainya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing satu yang telah membantu penulis berupa bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Wachjuni, S.E., M.M selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan arahan, bimbingan serta ilmu kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Neng Evi Kartika, S.E., M.M selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis semasa proses perkuliahan.
5. Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M selaku kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Enung Nurhayati, SE, M.Si, AK, CA selaku Wakil Dekan I dan Bapak Dr. Tatang Rois. M.Si selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Dr. Hj. Lili Karmela F. S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan dukungan serta fasilitas akademik selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
8. Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu.

9. Penulis menyampaikan terimakasih kepada Zahra Khaeriah yang telah menjadi tempat berbagi cerita, memberikan dukungan, serta menemani penulis dalam menghadapi berbagai dinamika dan tantangan selama menempuh perkuliahan.
10. Kepada sahabat terbaik saya, Yogi Abdulhalim dan Andre Agustiyan Nugraha, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta persahabatan yang telah diberikan selama masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi teman yang selalu hadir, baik dalam keadaan senang maupun susah, serta telah berbagi banyak pengalaman, cerita, dan kenangan yang berharga. Kehadiran kalian memberikan semangat dan warna tersendiri dalam perjalanan akademik ini. Semoga persahabatan yang telah terjalin dapat terus terjaga dan menjadi kenangan indah yang tidak terlupakan.
11. Kepada Tim Nekat yang terdiri dari Ridha Rahayu, Dio Adik Abe, Galan Awaludin, Akhmad Fauzan, dan Andu Nuriman, saya mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang telah diberikan selama ini. Terima kasih telah mengajak dan menemani saya berolahraga, sehingga tidak hanya memberikan manfaat bagi kesehatan, tetapi juga menjadi sarana untuk mempererat persahabatan di tengah kesibukan perkuliahan. Kebersamaan, canda tawa, serta semangat yang tercipta dalam setiap kegiatan menjadi pengalaman yang berkesan dan memberikan energi positif dalam menjalani masa studi. Semoga kekompakan dan persahabatan yang telah terjalin dapat terus terjaga di masa yang akan datang.
12. Penulis menyampaikan apresiasi kepada diri sendiri yang telah mampu melewati berbagai tantangan, keraguan, dan keterbatasan, serta tetap melangkah hingga mencapai tahap penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menambah khazanah ilmu pengetahuan, serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian dan pengembangan ilmu di masa mendatang.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	1
DAFTAR LAMPIRAN	2
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS 11	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Minat Beli.....	12
2.1.2.1 Pengertian Minat Beli	12
2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	13
2.1.2.3 Indikator Minat Beli	14
2.1.3 <i>Brand ambassador</i>	15
2.1.3.1 Pegertian <i>Brand ambassador</i>	15
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand ambassador</i>	16
2.1.3.3 Indikator <i>Brand ambassador</i>	17

2.1.4	<i>Brand image</i>	18
2.1.4.1	Pengertian <i>Brand image</i>	18
2.1.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand image</i>	19
2.1.4.3	Indikator <i>Brand image</i>	20
2.1.5	Harga	21
2.1.5.1	Pengertian Harga	21
2.1.5.2	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Harga	22
2.1.5.3	Indikator Harga	22
2.1.6	Hubungan Antar Variabel	24
2.1.6.1	Pengaruh <i>Brand ambassador</i> , <i>Brand image</i> , dan Harga Terhadap Minat beli	24
2.1.6.2	Pengaruh <i>Brand ambassador</i> Terhadap Minat Beli	24
2.1.6.3	Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Minat Beli	25
2.1.6.4	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	26
2.1.7	Penelitian Terdahulu	26
2.2	Kerangka Berpikir	32
2.3	Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Metodologi Penelitian	35
3.2	Oprasional Variabel	36
3.2.1	Variabel Penelitian	36
3.3	Populasi dan Sampel	38
3.3.1	Populasi	38
3.3.2	Sampel	39
3.4	Jenis dan Sumber Data	40
3.4.2	Sumber Data	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.1	Kuisioner	40
3.5.2	Jenis Data	41
3.6	Uji Instrumen	42
3.6.1	Uji Validitas	42

3.6.1.1	Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	43
3.6.1.2	Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X2).....	44
3.6.1.3	Uji Validitas Harga (X3).....	45
3.6.1.4	Uji Validitas Minat Beli (Y).....	46
3.6.2	Uji Reliabilitas	46
3.6.2.1	Uji Reliabilitas <i>Brand Ambassador</i>	47
3.6.2.2	Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i>	48
3.6.2.3	Uji Reliabilitas Harga	48
3.6.2.4	Uji Reliabilitas Minat beli.....	49
3.7	Metode Analisis Data	49
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	49
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.8.1	Uji Normalitas.....	51
3.8.2	Uji Multikolinearitas	52
3.8.3	Uji Heteroskedasitas.....	52
3.9	Uji Ketepatan Model	53
3.9.1	Uji Regresi Berganda	53
3.9.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
3.10	Uji Hipotesis.....	54
3.10.1	Uji Hipotesis f (Simultan).....	54
3.10.2	Uji Hipotesis t (Parsial).....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Hasil Penelitian.....	56
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.2	Karakteristik Responden	57
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	58
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang saku/Penghasilan....	59
4.1.3	Analisis Deskriptif Responden.....	60

4.1.3.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i>	60
4.1.3.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	63
4.1.3.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Harga.....	65
4.1.3.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli	68
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	70
4.1.4.1 Uji Normalitas.....	70
4.1.4.2 Uji Multikolinearitas	71
4.1.4.3 Uji Heterokedastisitas	71
4.1.5 Uji Regresi Linier Berganda	72
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	74
4.1.7 Uji Hipotesis.....	74
4.1.7.1 Uji f (Simultan)	74
4.1.7.2 Uji t (Parsial).....	75
4.2 Pembahasan	77
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> , <i>Brand Image</i> dan Harga terhadap Minat Beli.....	77
4.1.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli.....	78
4.1.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli.....	79
4.1.4 Perngaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN - LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Indonesia Kategori Perawatan Pribadi (Sikat Gigi)	3
Tabel 1. 2 Data Penjualan Sikat Gigi di Beberapa Toko di Kabupaten Majalengka Periode 2023-2025	4
Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survei Minat Beli Terhadap Produk Sikat Gigi Formula	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	37
Tabel 3. 2 Alternatif Jawaban Kuisioner	41
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Brand Ambassador	43
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Brand Image	44
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Harga	45
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Minat Beli	46
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Brand Ambassador	47
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Brand Image	48
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Harga	48
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli	49
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	59
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Uang saku/Penghasilan	60
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Brand Ambassador Descriptive Statistics	60
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Brand Image Descriptiv Statistics	63
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Harga Descriptiv Statistics	65
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Descriptiv Statistics	68
Tabel 4. 10 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	70
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4. 12 Uji Heterokedastisitas	72
Tabel 4. 13 Uji Persamaan Regresi	72
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi	74

Tabel 4. 15 Uji F (Simultan)	75
Tabel 4. 16 Uji t (Parsial)	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Paradigma Penelitian.....	34
Gambar 4. 1	Deskriptif variabel Brand Ambassador (X1).....	62
Gambar 4. 2	Deskriptif Variabel Brand Image (X2)	65
Gambar 4. 3	Deskriptif Variabel Harga (X3)	67
Gambar 4. 4	Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	70

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
 Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran II Kuesioner Penelitian
- Lampiran III Hasil Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran IV Hasil Olah Data SPSS
- Lampiran V Tabel Distribusi F dan T
- Lampiran VI Daftar Riwayat Hidup