

**PENGARUH *ATHLETE ENDORSEMENT*, PERSEPSI HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU AZA DIMODERASI *SPORT INVOLVEMENT*
DI YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

Arief Dwi Wicaksono

NIM. 14030120410006

**PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Arief Dwi Wicaksono
 2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030120410006
 3. Tempat / Tanggal Lahir : Bandung, 17 Juli 1998
 4. Jurusan / Program Studi : S-2 Administrasi Bisnis
 5. Alamat : Desa Jono, Kec. Bayan, Kab. Purworejo
- Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Tesis/TA) yang saya tulis berjudul:

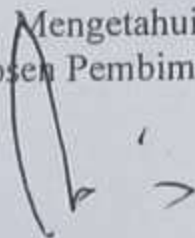
Pengaruh *Athlete Endorsement*, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu AZA Dimoderasi *Sport Involvement* Di Yogyakarta

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 26 Desember 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



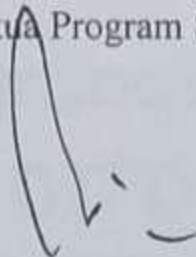
Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si
NIP. 197503152008011014

Pembuat Pernyataan



Arief Dwi Wicaksono
NIM. 14030120410006

Ketua Program Studi



Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si
NIP. 197503152008011014

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Pengaruh *Athlete Endorsement*, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu AZA Dimoderasi *Sport Involvement* di Yogyakarta

Nama Penulis : Arief Dwi Wicaksono

NIM : 14030120410006

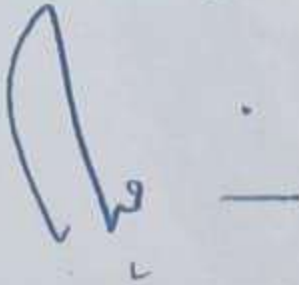
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 2 pada Program Studi Magister Administrasi Bisnis Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Menyetujui

Semarang, 26 Desember 2022

Pembimbing 1



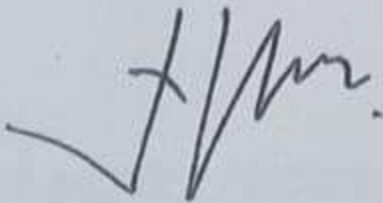
Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si
NIP. 19750315 200801 1 014

Pembimbing 2



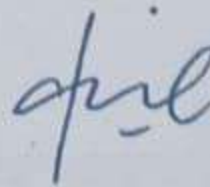
Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si
NIP. 19760330 20031 2 2001

Penguji 1



Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos, M.Si
NIP. 19700303 199412 1 001

Penguji 2



Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB
NIP. 19780605 200312 2 2003

ABSTRAK

PENGARUH *ATHLETE ENDORSEMENT*, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU AZA DIMODERASI *SPORT INVOLVEMENT* DI YOGYAKARTA. Arief Dwi Wicaksono. 14030120410006. Magister Administrasi Bisnis

Keinginan membeli dari pelanggan biasanya dipengaruhi oleh kualitas produk suatu barang atau jasa yang sering ditawarkan dari seseorang yang berpengaruh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *athlete endorsement* terhadap keputusan pembelian sepatu basket lokal, pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu basket lokal, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu basket lokal, dan pengaruh *sport involvement* memoderasi *athlete endorsement*, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu basket lokal merek AZA. Penelitian ini termasuk dalam penelitian eksplanatori dengan teknik sampling menggunakan *purposive sampling* dilanjutkan dengan *snowball sampling*. Sampel didapatkan 100 responden. Teknik analisis data menggunakan *Multiple Regression Analysis* (MRA). Hasil yang ditemukan yaitu 1) terdapat pengaruh signifikan *athlete endorsement* terhadap keputusan pembelian sepatu basket lokal, 2) terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu basket lokal, 3) terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu basket lokal, dan 4) terdapat pengaruh signifikan *sport involvement* memoderasi *athlete endorsement*, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu basket lokal merek AZA. Berdasarkan hal tersebut, sebaiknya PT. DBL Indonesia tetap mempertahankan Abraham Damar Grahita sebagai *brand ambassador* karena latar belakang cerita dan etika Abraham Damar dapat diterima oleh konsumen sehingga konsumen puas terhadap produk yang dibeli. Untuk kedepannya jika kerjasama antara PT. DBL Indonesia dan Abraham sudah tidak terjalin dengan semestinya, maka PT. DBL Indonesia harus mencari seorang atlet lain dengan karakteristik serta memiliki etika yang baik dan memiliki segudang prestasi yang setara sehingga perhatian dan ketertarikan konsumen dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian sepatu AZA akan terus meningkat.

Kata kunci: *athlete endorsement*, *sport involvement*, sepatu lokal

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ATHLETE ENDORSEMENT, PRICE PERCEPTION AND PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF AZA SHOES MODERATED SPORT INVOLVEMENT IN YOGYAKARTA. Arief Dwi Wicaksono. 14030120410006. Master of Business Administration

Customer's purchase intention is usually affected by product's quality that are often promoted by figure with influence. This article aims to determine the effect of athlete endorsement on local basketball shoe purchases, the influence of product quality on purchasing decision of local basketball shoes, and the influence of sport involvement that moderates athlete endorsement, price perception, and product quality on purchasing decisions of AZA local brand basketball shoes. This article is an explanatory research using purposive sampling and snowball sampling with a total sample of 100 respondents. Data analysis technique using Multiple Regression Analysis (MRA). The results of this study are 1) There is a significant determinant of athlete endorsement on purchasing decision of local basketball shoes; 2) There is a significant determinant of price perception on purchasig decision of local basketball shoes; 3) There is a significant determinant of product quality on purchasing decision of local basketball shoes; and 4) There is a significant determinant of sport involvement moderate athelet endorsement, price perception, and product quality on purchasing decisions of AZA local brand basketball shoes. Based on these results, PT. DBL Indonesia ought to retain Abraham Damar Grahita as a brand ambassador because of his background story and ethics are accepted by consumers, thereby consumers are satisfied with their purchases. Henceforth, if PT. DBL Indonesia is no longer collaborates with Abraham as it should, PT. DBL Indonesia must look for another athlete with the same characteristics and avhiement so that the attention and interest of consumers can always increase the decision to purchase AZA shoes.

Keywords: athlete endorsement, sport involvement, local shoes

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1. Latar Belakang Masalah	1
1. 2. Keaslian Penelitian	10
1. 3. Rumusan Masalah.....	15
1. 4. Tujuan Penelitian	16
1. 5. Manfaat Penelitian	17
1. 6. Tinjauan Pustaka.....	18
1.6.1. Perilaku Konsumen	18
1.6.2.1 <i>Celebrity Endorsement</i>	25
1.6.2.2 <i>Athlete Endorsement</i>	26
1.6.3 Harga.....	28
1.6.3.1 Persepsi Harga.....	30
1.6.4. Kualitas Produk.....	33
1.6.5 <i>Sport Involvement</i>	35
1.6.6. Keputusan Pembelian.....	39
1. 7. Penelitian Terdahulu	42
1. 8. Pengaruh Antar Variabel	47
1.8.1 Pengaruh <i>Athlete Endorsement</i> (X ₁) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	47
1.8.2 Pengaruh Persepsi Harga (X ₂) Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
1.8.3 Pengaruh Kualitas Produk (X ₃) Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
1.8.4 Pengaruh <i>Sport Involvement</i> sebagai Pemoderasi terhadap Keputusan Pembelian.....	49

1. 9.	Kerangka Pikir	51
1. 10.	Hipotesis Penelitian	52
1. 11.	Definisi Operasional dan Definsi Konsep	54
1. 12.	Metode Penelitian	61
BAB II GAMBARAN UMUM SEPATU AZA		71
2.1.	Sejarah Perkembangan Sepatu AZA	71
2.2.	Brand Ambassador dan Signature Shoes: Abraham Damar Grahita 77	
BAB III HASIL PENELITIAN		80
3.1.	Deskripsi Demografi Responden.....	80
3.1.1.	Data Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
3.1.2.	Data Demografi Responden Berdasarkan Usia.....	81
3.1.3.	Data Demografi Responden Berdasarkan	81
3.1.4.	Data Demografi Responden Berdasarkan UKM yang Diikuti.....	83
3.2.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	84
3.2.1.	Persepsi Responden Terhadap <i>Athlete Endorsement</i>	84
3.2.2.	Persepsi Responden Terhadap Persepsi Harga	87
3.2.3.	Persepsi Responden Terhadap Kualitas Produk.....	89
3.2.4.	Persepsi Responden Terhadap <i>Sport Involvement</i>	92
3.2.5.	Persepsi Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	94
3.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	97
3.3.1.	Uji Validitas	97
3.3.2.	Uji Reliabilitas	102
3.4.	Uji Asumsi Klasik.....	102
3.5.	Uji Regresi Berganda	105
3.6.	<i>Multiple Regression Analysis</i> (MRA).....	106
3.7.	Uji Hipotesis	109
3.7.1.	Uji t (Parsial).....	109
3.7.2.	Koefisien Determinasi (R^2).....	115
BAB IV PEMBAHASAN.....		117
4.1.	Pengaruh <i>Athelete Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian Sepatu AZA	117

4.2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu AZA	119
4.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu AZA	120
4.4. Pengaruh <i>Sport Involvement</i> memoderasi <i>Athlete Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian Sepatu AZA	121
4.5. Pengaruh <i>Sport Involvement</i> memoderasi Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu AZA	122
4.6. Pengaruh <i>Sport Involvement</i> memoderasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu AZA	122
4.7. Implikasi	124
BAB V PENUTUP	126
5.1. Kesimpulan	126
5.2. Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. <i>Research Gap</i>	11
Tabel 1. 2. Penelitian Terdahulu	43
Tabel 1. 3. Operasionalisasi Variabel	60
Tabel 1. 4. Kategori Skala 5-Likert.....	65
Tabel 3. 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel 3. 2. Data Demografi Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 3. 3. Data Demografi Responden Berdasarkan Universitas	81
Tabel 3. 4. Data Demografi Responden Berdasarkan UKM yang Diikuti.....	83
Tabel 3. 5. Distribusi Frekuensi Persepsi Responden terkait <i>Athlete Endorsement</i>	85
Tabel 3. 6. Distribusi Frekuensi Persepsi Responden terkait Persepsi Harga.....	88
Tabel 3. 7. Distribusi Frekuensi Persepsi Responden terkait Kualitas Produk	90
Tabel 3. 8. Distribusi Frekuensi Persepsi Responden terkait <i>Sport Involvement</i> ..	93
Tabel 3. 9. Distribusi Frekuensi Persepsi Responden terkait Keputusan Pembelian	95
Tabel 3. 10. Pengujian Validitas Variabel <i>Athlete Endorsement</i> (X1).....	98
Tabel 3. 11. Pengujian Validitas Variabel Persepsi Harga (X2).....	98
Tabel 3. 12. Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X3)	99
Tabel 3. 13. Pengujian Validitas Variabel <i>Sport Involvement</i> (Z)	100
Tabel 3. 14. Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	101
Tabel 3. 15. Hasil Uji Reliabilitas	102
Tabel 3. 16. Hasil Uji Normalitas	103
Tabel 3. 17. Hasil Uji Multikolinieritas	104
Tabel 3. 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas	104
Tabel 3. 19. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	105
Tabel 3. 20. Hasil <i>Multiple Regression Analysis</i>	107
Tabel 3. 21. Hasil Uji Parsial (Uji t)	110
Tabel 3. 22. Hasil Uji <i>Sport Involvement</i> memoderasi <i>Athlete Endorsement</i>	111
Tabel 3. 23. Hasil Uji <i>Sport Involvement</i> Memoderasi Persepsi Harga.....	112
Tabel 3. 24. Hasil Uji <i>Sport Involvement</i> Memoderasi Kualitas Produk	113
Tabel 3. 25. Hasil Pengujian Hipotesis	115
Tabel 3. 26. Hasil Uji Koefisien Determinasi	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Model Perilaku Konsumen.....	24
Gambar 1. 2. Tahapan Keputusan Pembelian	39
Gambar 1. 3. Kerangka Pikir.....	51
Gambar 1. 4. Kerangka Hipotesis	53
Gambar 2. 1. Sepatu AZA 1	71
Gambar 2. 2. Sepatu AZA 2.....	72
Gambar 2. 3. Sepatu AZA 3.....	73
Gambar 2. 4. Sepatu AZA 4.....	74
Gambar 2. 5. Sepatu AZA 5.....	75
Gambar 2. 6. Sepatu AZA 6.....	76
Gambar 2. 7. Abraham Damar Grahita dan Sepatu AZA AD1	77
Gambar 2. 8. Abraham Damar sebagai Brand Ambassador Sepatu AZA	79