

**PENGARUH *BRAND AMBASADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS GUESS DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Kasus Konsumen Tas Guess Di Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma
Surabaya Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



Disusun Oleh :

DEA MAGESTA ERICA PUTRI

NPM 20420094

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS GUESS DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Diajukan Oleh :

DEA MAGESTA ERICA PUTRI

NPM : 20420094

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING

Dr. Adrianto Trimarjono., SE., MM

Tanggal.....10 Januari 2024

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Adrianto Trimarjono., SE., MM

Tanggal.....10 Januari 2024

SKRIPSI
PENGARUH BRAND *AMBASADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS GUESS DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Konsumen Tas Guess Di Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DEA MAGESTA ERICA PUTRI

NPM : 20420094

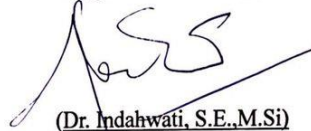
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



(Dr. Adrianto Trimarjono, S.E., M.M)

Anggota Dewan Penguji



(Dr. Indahwati, S.E., M.Si)



(Dewi Nuraini, S.E., M.SM)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana Manajemen

Tanggal.....25 Januari 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, S.E., M.M

Ketua Program Studi

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Dea Magesta Erica Putri

NPM : 2020420094

Alamat : Jl. Kupang Jaya 01 no 12

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND AMBASADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS GUESS DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”** bukan merupakan plagiasi saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya,

Yang membuat
pernyataan


BA63FAJX939581869
Dea Magesta Erica Putri

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH *BRAND AMBASADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS GUESS DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”**

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dorongan serta motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini perkenankanlah penulis dengan segala kerendahan hati, mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof Dr.H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. T.H.T.K.L(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec Gimanto Guna selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Adrianto Trimarjono, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Dr. Indahwati, SE.,M.Si. selaku Dosen Wali terima kasih atas bimbingannya selama perkuliahan.
5. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan tenaga dan waktu dalam membimbing, memberi kemudahan, pengarahan, motivasi, semangat dan saran-saran dengan penuh kesabaranselama penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan bermanfaat pada saat menimbah ilmu.
7. Untuk kedua orang tua saya Bapak Hari Siswanto dan Alm. Ibu Gristia Ningsih, kedua adik saya Dita Savana Erica Putri dan Tahta Realita Erica Putri, untuk kakek dan nenek saya serta keluarga dirumah yang selalu mendukung, mendoakan, memberikan semangat yang tiada hentinya.
8. Untuk sahabat terbaik Ardellia Zhanniyah, Wahyu Pradana dan Alvan Radera,terima kasih telah menjadi partner terbaik bagi penulis dalam segala hal dari awal semester 1 sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
9. Untuk Mas Chaldino Dwi Febrianto terima kasih sudah menjadi motivator bagi penulis dari awal semester 3 hingga penulisan skripsi ini
10. Untuk teman-teman UKM KTKL dan UKM PSHT terima kasih selalu memberikan dukungan dan doa hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk teman-teman BEM Universitas Wijaya Kusuma terima kasih telah

memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Penulis hanya dapat berdoa semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memberi kemurahan bagi berbagai pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, oleh karenanya saran dan kritik sangat bermanfaat.

Surabaya, 09 Januari 2024

(Dea Magesta Erica Putri)

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	18
DAFTAR GAMBAR	20
DAFTAR LAMPIRAN	21
ABSTRAK	22
<i>ABSTRACT</i>	23
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	Error! Bookmark not defined.
BAB II TELAAH PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Pemasaran	Error! Bookmark not defined.

2.1.2	Pengertian Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.3	Pengertian Brand Ambassador.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.1	Indikator Brand Ambassador	Error! Bookmark not defined.
2.1.4	Pengertian Brand Image.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1	Indikator indikator Brand Image.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5	Pengertian Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.1	Indikator Indikator Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.6	Pengertian Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.6.1	Proses Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.6.2	Peran Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.6.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.2	Hubungan Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
2.2.1	Hubungan antar variabel Brand Ambassador terhadap Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.2.2	Hubungan antar variabel Brand Image terhadap kepuasan konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.2.3	Hubungan antar variabel Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4	Hubungan antar variabel brand image terhadap keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.

2.2.5 Hubungan antar variabel kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.6 Hubungan antar variabel Brand Ambassador terhadap Keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.2.7 Hubungan antar Variabel Brand Image terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.3 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis dan Model Analisis	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Model Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	Error! Bookmark not defined.
3.3 Identifikasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Definisi Operasional Variabel Brand Ambassador (X1)	Error!
Bookmark not defined.	
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Brand Image (X2)	Error! Bookmark not defined.
not defined.	

3.4.3 Definisi Operasional Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	Error!
Bookmark not defined.	
3.4.4 Definisi Operasional variabel keputusan pembelian (Y)	Error!
Bookmark not defined.	
3.5 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Prosedur pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Analisis	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Model Pengukuran (Outer Model)	Error! Bookmark not defined.
3.7.3 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.4 Model Struktural (Inner Model)	Error! Bookmark not defined.
3.7.5 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.7.5.1 Uji Path Analysis (Uji Analisis Jalur)	Error! Bookmark not defined.
3.7.5.2 Uji T	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum GUESS	Error! Bookmark not defined.
4.2 Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.1 Brand Ambassador (X_1)	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.2 Brand Image (X_2)	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.3 Kepuasan Konsumen (Z)	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.4 Keputusan Pembelian (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.4 Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Uji Outer Model.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1.1 Convergent validity.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1.2 Discriminant Validity	Error! Bookmark not defined.
4.4.1.3 Construct Reliability dan Validity	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Uji Inner Model	Error! Bookmark not defined.
4.4.2.1 Path Coefficient	Error! Bookmark not defined.
4.4.2.2 Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	Error! Bookmark not defined.

4.4.2.3 f-Square.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2.4 Goodness of Fit.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.2 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.3 Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.4 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian ..	Error! Bookmark not defined.
4.5.6 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening	Error! Bookmark not defined.
4.5.7 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.

5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.1 Saran Operasional (Saran bagi perusahaan)	Error! Bookmark not defined.
5.2.2 Saran Akademis (Saran Bagi Peneliti Selanjutnya)..	Error! Bookmark not defined.
5.2.3 Keterbatasan.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Pemberian Bobot Skor Skala Likert.....	27
Tabel 3.2 Indikator – Indikator Brand Ambassador (X_1)	28
Tabel 3.3 Indikator – Indikator Brand Image (X_2).....	29
Tabel 3.4 Indikator – Indikator Kepuasan Konsumen (Z)	30
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.4 Kategori Jawaban Responden	45
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Brand Ambassador (X_1).....	46
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Brand Image (X_2).....	47
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Z)	48
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	51
Tabel 4.10 <i>Cross Loading</i>	52
Tabel 4.11 <i>Construct Reliability</i> dan <i>Validity</i>	53
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Path Coefficient</i>	55

Tabel 4.13 <i>R-Square</i>	56
Tabel 4.14 <i>F-Square</i>	57
Tabel 4.15 Model <i>Fit</i>	58
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> Pengaruh Secara Langsung.....	59
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> Pengaruh Tidak Langsung	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3.1**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian

Lampiran II Tabulasi Data

Lampiran III MODEL PENGUKURAN (*OUTER MODEL*)

Lampiran IV MODEL STRUKTURAL (*INNER MODEL*)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian produk tas GUESS dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel Mediasi pada konsumen tas guess di wilayah Kota Surabaya. Penelitian ini dilakukan pada konsumen tas guess di wilayah Kota Surabaya dengan jumlah sampel ditetapkan sebanyak 48 responden, dengan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara tidak langsung melalui social media. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis metode SEM-PLS dan berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa Brand Ambassador tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, Brand Image berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, Brand Ambassador tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Brand Image berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Brand Ambassador tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen, Brand Image tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Brand Image, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of Brand Ambassador and Brand Image on the Purchase Decision of GUESS bag products with Consumer Satisfaction as an Mediation variable in guess bag consumers in the Surabaya City area. This study was conducted on guess bag consumers in the Surabaya City area with the number of samples set at 48 respondents, with data collection carried out through indirect questionnaire distribution through social media. The data analysis technique used is the SEM-PLS method analysis technique and based on the results of the analysis it was found that Brand Ambassador does not affect consumer satisfaction, Brand Image affects Consumer Satisfaction, Brand Ambassador does not affect Purchase Decisions, Brand Image affects Purchase Decisions, Consumer Satisfaction does not have a significant effect on Purchase Decisions, Brand Ambassadors do not have a significant effect on decisions Purchasing, Brand Image has no significant effect on Purchasing Decisions, Consumer Satisfaction does not have a significant effect on Purchasing Decisions, Brand Ambassadors do not have a significant effect on purchasing decisions through consumer satisfaction, Brand Image does not have a significant effect on purchasing decisions through consumer satisfaction.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Image, Consumer Satisfaction, Purchase Decision*