

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*  
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN ZALORA DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Elprianita Panggabean  
200910100**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*  
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN ZALORA DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:  
Elprianita Panggabean  
200910100**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

## **SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Elprianita Panggabean

NPM : 200910100

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

**“Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* Dan *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Zalora Di Kota Batam”**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 13 Juli 2024



**Elprianita Panggabean**  
200910100

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*  
DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN ZALORA DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:  
Elprianita Panggabean  
200910100**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 13 Juli 2024**



**Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D.  
Pembimbing**



---

**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh pengaruh *brand ambassador*, *brand image* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian konsumen Zalora di kota batam. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi studi terdiri dari pengguna aplikasi Zalora di Kota Batam pada tahun 2024, dengan jumlah populasi yang tidak spesifik. Sampel sebanyak 100 responden dipilih menggunakan metode purposive sampling berdasarkan rumus Lameshow. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji validitas data, asumsi klasik, pengaruh variabel, dan hipotesis yang diajukan. Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand ambassador* memberikan kontribusi sebesar 23,6% terhadap keputusan pembelian. *Brand image* memberikan kontribusi sebesar 25,0% terhadap keputusan pembelian. *Product quality* memberikan kontribusi sebesar 17,2% terhadap keputusan pembelian. Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa *brand ambassador*, *brand image* dan *product quality* secara keseluruhan menjelaskan 74,3% variasi dalam keputusan pembelian. Uji t dan uji F menegaskan bahwa *brand ambassador*, *brand image* dan *product quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan.

**Kata Kunci:** *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, *Product Quality*.

## ***ABSTRACT***

*This research aims to explore the influence of brand ambassadors, brand image and product quality on Zalora consumer purchasing decisions in Batam City. The research method used is descriptive with a quantitative approach. The study population consists of Zalora application users in Batam City in 2024, with an unspecified population size. A sample of 100 respondents was selected using a purposive sampling method based on the Lameshow formula. The collected data was analyzed using multiple linear regression to test the validity of the data, classical assumptions, the influence of variables and the proposed hypotheses. The analysis results show that brand ambassadors contribute 23.6% to purchasing decisions. Brand image contributes 25.0% to purchasing decisions. Product quality contributes 17.2% to purchasing decisions. Analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ) shows that brand ambassador, brand image and product quality as a whole explain 74.3% of the variation in purchasing decisions. The  $t$  test and  $F$  test confirm that brand ambassador, brand image and product quality have a positive and significant influence on purchasing decisions, both partially and simultaneously.*

**Keywords:** *Brand Ambassador, Brand Image, Purchase Decision, Product Quality.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 13 Juli 2024



Elprianita Panggabean





---

**Universitas Putera Batam**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Secara Teoritis .....	10
1.6.2 Secara Praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i> .....	13
2.1.1.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i> .....	13
2.1.1.2 Faktor <i>Brand Ambassador</i> .....	14
2.1.1.3 Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	18
2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	22
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	22
2.1.2.2 Faktor <i>Brand Image</i> .....	23
2.1.2.3 Indikator <i>Brand Image</i> .....	28
2.1.3 <i>Product Quality</i> .....	32
2.1.3.1 Pengertian <i>Product Quality</i> .....	32
2.1.3.2 Faktor <i>Product Quality</i> .....	33
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk .....	38
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	42
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	42
2.1.4.2 Proses Terjadinya Keputusan Pembelian .....	43
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	46
2.2 Penelitian Terdahulu .....	50
2.3 Kerangka Pemikiran .....	54
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
2.3.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	57

2.4	Hipotesis.....	59
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Penelitian.....	61
3.2	Sifat Penelitian.....	61
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	62
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	62
3.3.2	Periode Penelitian.....	62
3.4	Populasi dan Sampel.....	63
3.4.1	Populasi.....	63
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	63
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i> .....	65
3.5	Sumber Data.....	65
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	66
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	68
3.7.1	Variabel Independen (X).....	68
3.7.2	Variabel Dependen (Y).....	68
3.8	Metode Analisis Data.....	69
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif.....	69
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	71
3.8.2.1	Uji Validitas.....	71
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	72
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	73
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	73
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	74
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	75
3.8.4	Uji Pengaruh.....	76
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	77
3.9	Uji Hipotesis.....	78
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	78
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	79
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	81
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	82
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	82
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	84
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	85
4.3.1	Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	85
4.3.2	Deskriptif <i>Brand Image</i> (X2).....	86
4.3.3	Deskriptif <i>Product Quality</i> (X3).....	87
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	88
4.4	Analisis Data.....	89
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	89

4.4.1.1 Uji Validitas .....	89
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	92
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	93
4.4.2.1 Uji Normalitas .....	93
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas .....	95
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	96
4.4.3 Uji Pengaruh.....	97
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	97
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	99
4.5 Pengujian Hipotesis.....	100
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	100
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji f.....	101
4.6 Pembahasan.....	102
4.6.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	102
4.6.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	103
4.6.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	104
4.6.4 Pengaruh <i>Brand Ambassador, Brand Image Dan Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	105
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	106
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	108
5.2 Saran.....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>
<b>Lampiran 1. Pendukung Penelitian</b>	
<b>Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup</b>	
<b>Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian</b>	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1.1</b> <i>Brand ambassador</i> Zalora .....	2
<b>Gambar 1.2</b> Keluhan Kualitas Produk di Zalora .....	5
<b>Gambar 2.1</b> Proses Terjadinya Keputusan Pembelian.....	44
<b>Gambar 2.2</b> Kerangka Pemikiran .....	59
<b>Gambar 4.1</b> Uji Normalitas Dengan Histogram .....	93
<b>Gambar 4.2</b> Uji Normalitas Dengan <i>Normal P-P Plot</i> .....	94
<b>Gambar 4.3</b> Uji Heteroskedastisitas .....	97

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> <i>Top Brand Index Online Shopping</i> .....	4
<b>Tabel 1.2</b> Top 10 <i>Marketplace</i> di Indonesia 2017-2021 .....	7
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	53
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	62
<b>Tabel 3.2</b> Pemberian Skor Kusiner.....	67
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	69
<b>Tabel 3.4</b> Kategori Rentang Skala.....	70
<b>Tabel 4.1</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
<b>Tabel 4.2</b> Profil Responden Berdasarkan Usia.....	83
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	83
<b>Tabel 4.4</b> Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	84
<b>Tabel 4.5</b> Rentang Skala.....	85
<b>Tabel 4.6</b> Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> .....	85
<b>Tabel 4.7</b> Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	86
<b>Tabel 4.8</b> Deskriptif <i>Product Quality</i> .....	87
<b>Tabel 4.9</b> Deskriptif Keputusan Pembelian.....	88
<b>Tabel 4.10</b> Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	90
<b>Tabel 4.11</b> Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X2).....	90
<b>Tabel 4.12</b> Uji Validitas <i>Product Quality</i> (X3).....	91
<b>Tabel 4.13</b> Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	91
<b>Tabel 4.14</b> Uji Reliabilitas.....	92
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	95
<b>Tabel 4.16</b> Uji Multikolinearitas .....	96
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	98
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	99
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji t (Parsial).....	100
<b>Tabel 4.20</b> Hasil Uji f (Simultan).....	102

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> <i>Lameshow</i> .....	64
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	70
<b>Rumus 3.3</b> <i>Pearson Correlation</i> .....	71
<b>Rumus 3.4</b> <i>Alpha Crobach</i> .....	73
<b>Rumus 3.5</b> Regresi Linear Berganda.....	76
<b>Rumus 3.6</b> Koefisien Determinasi .....	77
<b>Rumus 3.7</b> Uji t .....	79
<b>Rumus 3.8</b> Uji f.....	80