

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG DIMEDIASI
OLEH MINAT BELI PRODUK AZARINE
DI KALANGAN GENERASI Z**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Megan Lituhayu

202110325051



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra
Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Yang
Dimediasi Oleh Minat Beli Produk Azarine
Di Kalangan Generasi Z
Nama Mahasiswa : Megan Lituhayu
Nomor Pokok : 202110325051
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 29 Juli 2025

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Hadita, M.M., M.Pd

0329048302


Dr. Widi Winarso, S.E., M.M

0319067606

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra
Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Yang
Dimediasi Oleh Minat Beli Produk Azarine
Di Kalangan Generasi Z

Nama Mahasiswa : Megan Lituhayu

Nomor Pokok : 202110325051

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 29 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA
NIDN. 0326126102

Sekretaris Tim Penguji : Dr. David Pangaribuan, S.E., M.Si
NIDN. 0425076803

Penguji : Dr. Hadita, M.M., M.Pd
NIDN. 0329048302

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Produk Azarine Di Kalangan Generasi Z" adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila jika dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Megan Lituhayu

202110325051

ABSTRAK

Megan Lituhayu. 202110325051. Analisis *Brand Ambassador* dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen yang dimediasi oleh Minat Beli produk Azarine di kalangan Generasi Z.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur Pengaruh *Brand Ambassador* dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen yang dimediasi Minat Beli produk Azarine di kalangan Generasi Z. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini berdasarkan rumus Hair dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dengan 114 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Ambassador* dan Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli. Minat Beli terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Selain itu, *Brand Ambassador* juga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen produk Azarine di kalangan Generasi Z, sementara pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen bersifat positif namun tidak signifikan.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Minat Beli, Generasi Z.

ABSTRACT

Megan Lituhayu. 202110325051. *An Analysis of Brand Ambassador and Brand Image on Consumer Satisfaction Mediated by Purchase Intention of Azarine Products among Generation Z*

This study aims to examine the influence of Brand Ambassador and Brand Image on Consumer Satisfaction mediated by Purchase Intention of Azarine products among Generation Z. The sampling technique used in this study is purposive sampling, based on Hair's formula. Data were collected through the distribution of questionnaires to 114 respondents. The results show that Brand Ambassador and Brand Image have a significant positive influence on Purchase Intention. Purchase Intention is proven to have a significant positive effect on Consumer Satisfaction. In addition, Brand Ambassador has a significant positive effect on Consumer Satisfaction of Azarine products among Generation Z, while the influence of Brand Image on Consumer Satisfaction is positive but not significant.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Image, Purchase Intention, Consumer Satisfaction, Generation Z.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen yang dimediasi oleh Minat Beli produk Azarine di kalangan Generasi Z” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Yayan Hendayana, SE., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Prof. Dr. Adler Haymas Manurung, S.E., S.H., M.Com., ME., CERA, CBV, CIMBA, CDMS, CIFM, CIPA, CIMA, CIERM selaku Dosen Pembimbing Akademik Bhayangkara Jakarta Raya
5. Ibu Dr. Hadita, M.M., M.Pd dan Bapak Dr. Widi Winarso, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi & Bisnis yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.

7. Kepada orang tua tersayang, bapak Parno, ibu Sri Rahayu, terima kasih atas segala pengorbanan, kasih sayang, serta dukungan yang telah diberikan sejak awal hingga saat ini. Dalam setiap langkah yang penulis ambil, selalu ada doa tulus dan harapan besar dari kalian yang menjadi alasan untuk terus berjuang. Serta keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan moral, serta semangat yang tak ternilai harganya.
8. Untuk teman-teman seperjuangan, Risa & Intan yang selalu ada hingga saat ini, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan yang penuh warna selama masa kuliah, dan saling menguatkan di masa-masa sulit. Semoga setiap perjuangan dan tawa yang pernah dibagi menjadi kenangan berharga yang akan terus dikenang.
9. *To* Adam Maulana Sidiq, terima kasih telah menjadi salah satu penyemangat, pendengar keluh kesah dalam penulisan skripsi ini, penasehat yang baik. Terima kasih atas waktumu, semoga segala hal baik yang kamu tanamkan kembali padamu dengan cara yang lebih indah.
10. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa mendatang.

Jakarta, 31 Juli 2025

Megan Lituhayu

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Tugas Akhir	15
BAB II	16
TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1 Manajemen Pemasaran	16
2.2 Kepuasan Konsumen	17
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	17
2.2.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	18
2.2.3 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	18
2.3 <i>Brand Ambassador</i>	19
2.3.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	19
2.3.2 Indikator <i>brand Ambassador</i>	20
2.3.3 Manfaat <i>Brand Ambassador</i>	21
2.4 Citra Merek	21
2.4.1 Pengertian Citra Merek	21
2.4.2 Indikator Citra Merek.....	21

2.4.3 Faktor – Faktor Citra Merek	22
2.4.4 Unsur Citra Merek	23
2.5 Minat Beli	24
2.5.1 Pengertian Minat Beli.....	24
2.5.2 Indikator Minat Beli.....	25
2.5.3 Faktor – Faktor Minat Beli	26
2.6 Penelitian Terdahulu.....	27
2.7 Kerangka Konseptual.....	33
2.8 Pengembangan Hipotesis	34
2.8.1 Pengaruh antara Brand Ambassador terhadap Minat Beli	34
2.8.2 Pengaruh antara Citra Merek terhadap Minat Beli	35
2.8.3 Pengaruh Minat Beli terhadap Kepuasan Konsumen	35
2.8.4 Pengaruh <i>Brand Ambassaor</i> terhadap Kepuasan Konsumen	36
2.8.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	36
BAB III.....	38
METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Desain Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	40
3.3.1 Jenis Data.....	40
3.3.2 Sumber Data	40
3.4 Skala Pengukuran	41
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.6 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44
3.7 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	45
3.8 Metode Analisis Data	46
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PENELITIAN	48
4.1 Gambaran Objek Penelitian	48
4.1.1 Sejarah Azarine	48

4.1.2 Visi dan Misi.....	49
4.1.3 Logo Perusahaan.....	49
4.1.4 Jenis Produk.....	50
4.2 Deskripsi Data.....	52
4.2.1 Identitas Responden	53
4.3 Hasil Analisis Data	57
4.3.1 Skema Model <i>Partial Least Square</i>	57
4.3.2 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	57
4.3.3 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	62
Evaluasi model struktural pada SEM dengan PLS dilakukan dengan melakukan uji R- squared (R ²) dan uji Q-Square (Q ²) melalui estimasi koefisien jalur (Hadita, 2022).....	62
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	66
4.4 Pembahasan.....	69
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli	69
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli.....	69
4.4.3 Pengaruh Minat Beli terhadap Kepuasan Konsumen	70
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Kepuasan Konsumen	70
4.4.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	71
BAB V.....	72
PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN	1

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pendapatan Industri Kosmetik (2021 - 2024)	2
Tabel 1. 2 Jumlah Pelaku Usaha Kosmetik (2021 - 2023).....	3
Tabel 1. 3 Analisis Komparatif Merek Produk Kecantikan di Bekasi Utara	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Usia	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal.....	56
Tabel 4. 5 Hasil <i>Outer Loading</i>	58
Tabel 4. 6 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	59
Tabel 4. 7 Hasil <i>Cross Loading</i>	60
Tabel 4. 8 <i>Cronbach Alpha dan Composite Reliability</i>	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji R Square (R^2)	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Q Square (Q^2).....	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji F square (F^2).....	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Path Coefficients</i>	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Brand Ambassador</i> Azarine, Lee Min Ho	5
Gambar 1. 2 <i>Brand Ambassador</i> Azarine, Red Velvet	6
Gambar 1. 3 Diagram Hasil Pra - Survey pada Produk Azarine	8
Gambar 1. 4 Diagram Hasil Pra - Survey pada Produk Azarine	8
Gambar 1. 5 Pra - Survey Pembelian Produk Azarine di E-Commerce	9
Gambar 4. 1 Produk Azarine	49
Gambar 4. 2 Logo Azarine	49
Gambar 4. 3 <i>Sunscreen</i> Azarine	50
Gambar 4. 4 Toner Azarine	51
Gambar 4. 5 Lip Tint Azarine	52
Gambar 4. 6 <i>Outer Model</i>	58
Gambar 4. 7 <i>Inner Model</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme
Lampiran 2 : Daftar Gambar
Lampiran 3 : Uji Referensi
Lampiran 4 : Lembar Kuisisioner
Lampiran 5 : Tabulasi Data
Lampiran 6 : Hasil Uji Smart PLS
Lampiran 7 : Buku Bimbingan
Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup

