



**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN BRAND
LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Serlly Meliayunita
NIM : 43122010084

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Nama : Serlly Meliayunita

NIM : 43122010084

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Serlly Meliayunita
NIM : 4312201084
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen

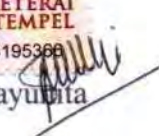
Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan *Brand Loyalty* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 04 Februari 2026


Serlly Meliayunita 

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : SERLLY MELIAYUNITA
NIM : 43122010084
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN BRAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA
Hasil Pengecekan Turnitin : 23%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **23%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 16 July 2026

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Juli/16/0000001121/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Serlly Meliayunita
NIM : 43122010084
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Loyalty terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 06 Maret 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM
NIDN/NUPTK: 0311018004

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266183



Scan QR or [click here](#) to Verification

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand image*, dan *Brand Loyalty* terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia”. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan ilmu pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Dr.Janfry Sihite S.E, MSM. selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah memberikan waktu, saran, bimbingan, semangat, motivasi, nasehat-nasehat, dan pengetahuan yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang besar dan sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku ketua program studi Manajemen S-1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen dan Staff program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen.
5. Kedua orang tua tercinta, karya ini saya persembahkan dengan penuh rasa hormat dan terima kasih. Terima kasih atas kasih sayang, doa, kesabaran, serta dukungan yang tidak pernah berhenti mengiringi setiap langkah

perjalanan hidup saya. Segala pengorbanan, kerja keras, dan perhatian yang diberikan menjadi alasan terbesar bagi saya untuk terus berjuang sampai titik ini. Kehadiran dan dukungan yang senantiasa diberikan menjadi sumber semangat yang sangat berarti serta selalu menemani penulis dalam setiap langkah dan proses penyelesaian karya ini.

6. Abang, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan, perhatian, serta semangat yang selalu diberikan. Terima kasih atas kehadiran, bantuan, dan kepedulian yang begitu berarti dalam berbagai proses yang penulis jalani. Segala dukungan yang diberikan menjadi dorongan besar bagi saya untuk terus melangkah, berusaha dan tidak mudah menyerah dalam mengejar mimpi-mimpinya.
7. Zauty, selaku sahabat penulis ingin menyampaikan terima kasih telah hadir dan banyak membantu dalam berbagai hal. Dukungan, bantuan, serta kepedulian yang diberikan benar-benar berarti dan sangat membantu saya selama proses penyelesaian karya ini. Tanpa bantuan tersebut, perjalanan ini tentu akan terasa jauh lebih sulit.
8. Kepada Rara, saya ingin mengucapkan terimakasih atas segala bantuan dan semangat yang diberikan serta selalu menjadi tempat berbagi cerita, baik suka maupun duka. Semoga langkah ke depan selalu di penuhi hal-hal baik dan kebahagiaan dalam setiap perjalananmu.
9. Kepada Saskia, Abel, Linda, dan Rasya, terima kasih atas persahabatan dan kebersamaan yang tetap terjalin hingga saat ini. Meskipun kesibukan dan keadaan membuat kita tidak selalu memiliki banyak waktu untuk bertemu, saya tetap bersyukur atas hubungan baik yang terus terjaga.
10. Semua saudara, teman, dan kerabat penulis di program studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana angkatan 2022 yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Semoga kita bisa mewujudkan seluruh impian kita.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan semaksimal mungkin oleh peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membantu dan membangun agar

mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak agar dapat menambah pengetahuannya.

Jakarta, 04 Februari 2026

Serlly Meliayunita



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Serlly Meliayunita
NIM : 43122010084
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan *Brand Loyalty* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Juli 2026

Yang menyatakan,


Serlly Meliayunita

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA

SERLLY MELIAYUNITA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan *Brand Loyalty* terhadap Keputusan Pembelian pada marketplace Tokopedia, dengan fokus pada pengguna Generasi Z. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Tokopedia yang berdomisili di Jakarta Timur dan tergolong Generasi Z (usia 13–28 tahun). Sampel berjumlah 230 responden yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner online melalui *Google Form*. Data dianalisis secara kuantitatif dengan metode Smart-PLS 4.1. Hasil uji hipotesis pada penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador*, *brand image*, dan *brand loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Image*, *Brand Loyalty*, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, AND BRAND LOYALTY ON PURCHASE DECISIONS ON THE TOKOPEDIA MARKETPLACE

SERLLY MELIAYUNITA

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Loyalty on Purchasing Decisions on the Tokopedia marketplace, with a focus on Generation Z users. The population in this study were Tokopedia users residing in East Jakarta and belonging to Generation Z (aged 13–28 years). The sample consisted of 230 respondents selected using purposive sampling. Data collection was conducted using an online questionnaire via Google Form. Data were analyzed quantitatively using the Smart-PLS 4.1 method. The results of the hypothesis testing in this study indicate that brand ambassadors, brand image, and brand loyalty have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Brand Loyalty, Purchase Decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan masalah.....	12
1.3 Tujuan penelitian.....	13
1.4 Kontribusi penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen	17
2.1.3 Definisi Variabel	18
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Pengembangan Hipotesis	28
2.4 Kerangka Konseptual	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	32

3.3 Desain Penelitian.....	32
3.4 Definisi dan Operasional Variabel Peneliatian	33
3.3.1 Definisi Variabel	33
3.3.2 Operasionalisasi Variabel.....	35
3.5 Skala Pengukuran Variabel	37
3.6 Populasi dan Sampel	38
3.7 Metode Pengumpulan Data	39
3.8 Metode Analisis Data	40
3.8.1 Analisis Deskriptif	40
3.8.2 Analisis Partial Least Square (PLS).....	41
3.8.3 Langkah – Langkah Pengujian Analisis PLS.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.2 Analisis Deskriptif	48
4.2.1 Deskripsi Responden.....	48
4.2.2 Deskriptif Jawaban Responden.....	50
4.3 Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	56
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.4.1 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian (H1). 67	
4.4.2 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (H2).....	69
4.4.3 Pengaruh Brand Loyalty terhadap Keputusan Pembelian (H3)	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survey	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	36
Tabel 3. 2 Skala Likert	37
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4. 2 Usia Responden	49
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i>	51
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	52
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel <i>Brand Loyalty</i>	54
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Factor Loading</i>	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Cronbach's alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	60
Tabel 4. 10 Hasil Fornell Larcker	61
Tabel 4. 11 Hasil <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Nilai R-Square	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji f^2 (<i>Effect Size</i>)	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Nilai Q Square Predict	65
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis	66

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Marketplace Dengan Jumlah Kunjungan Webiste Terbanyak Tahun 2022	3
Gambar 1.2 Marketplace Dengan Jumlah Kunjungan Webiste Terbanyak Tahun 2023	4
Gambar 1.3 Marketplace Dengan Jumlah Kunjungan Webiste Terbanyak Tahun 2025	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4. 1 Hasil <i>Algorithm</i> PLS	58
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>bootstrapping</i>	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	86
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	89
Lampiran 3 Hasil Output PLS.....	112

