PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SUPLEMEN TOLAK ANGIN SIDO MUNCUL

SKRIPSI

Nama : Aulytha Octira Yulistiani

NIM : 43122120006

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SUPLEMEN TOLAK ANGIN SIDO MUNCUL

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fkultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta

Nama : Aulytha Octira Yulistiani

NIM : 43122120006

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Aulytha Octira Yulistiani
NIM	:	43122120006
Fakultas/Program Studi	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1-Manajemen

Menyatakan Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul: "Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Suplemen Tolak Angin Sido Muncul" 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 07 Maret 2026



Aulytha Octira Yulistiani

43122120006

lib.mercubuana.ac.id

MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

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

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: AULYTHA OCTIRA YULISTIANI
NIM	: 43122120006
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SUPLEMEN TOLAK ANGIN SIDO MUNCUL
Hasil Pengecekan Turnitin	: 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** 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, 04 August 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Agustus/04/0000001164/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Aulytha Octira Yulistiani
NIM	:	43122120006
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SUPLEMEN TOLAK ANGIN SIDO MUNCUL

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 07 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. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0315057602

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-04266318

Scan QR or click here to Verification

MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul "**Pengaruh *Brand Ambassador, Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Suplemen Tolak Angin Sido Muncul**". Proposal Skripsi ini merupakan sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah. M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Dr. Yuli Harwani, M.M., selaku dosen mata kuliah metode penelitian pemasaran yang telah memberikan ilmu, semangat dan motivasi kepada penulis

lib.mercubuana.ac.id

6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu dimilikinya untuk diberikan kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu dibagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama kuliah.
8. Teristimewa kedua orang tua yang telah memberikan doa dan dukungan baik moral maupun material yang tiada henti kepada penulis serta memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran, masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 27 November 2025

Aulytha Octira Yulistiani

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	:	Aulytha Octira Yulistiani
NIM	:	43122120006
Fakultas/Program Studi	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ S1-Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Suplemen Tolak Angin Sido Muncul

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 6 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Aulytha Octira Yulistiani)

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis brand ambassador, brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk tolak angin sido muncul di Jakarta Barat, dengan pendekatan kuantitatif menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS 3.0. Metode penarikan sampel digunakan melibatkan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *convenient sampling*, yang melibatkan sejumlah responden yang mudah dijangkau dan bersedia memberikan data yang dibutuhkan dalam penelitian, populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berusia diatas 17 tahun sampai dengan 28 tahun yang pernah membeli produk tolak angin sido muncul dengan sampel minimum berjumlah 133 responden. Pada model strucktural ditemukan bahwa *brand ambassador, brand image* dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa *brand ambassador, brand image,* dan kualitas produk menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Tolak Angin Sido Muncul.

Keyword: Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

This study analyzes brand ambassadors, brand image, and product quality on purchasing decisions of consumers of Tolak Angin Sido Muncul products in West Jakarta, with a quantitative approach using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through the SmartPLS 3.0 application. The sampling method used involves a non-probability sampling technique with a convenient sampling approach, which involves a number of respondents who are easily accessible and willing to provide the data needed in the study, the population for this study consists of ***Generation Z*** *individuals aged* ***17 to 28 years*** *who have previously purchased* ***Tolak Angin Sido Muncul*** *products, with a minimum sample size of* ***133 respondents****. In the structural model, it was found that brand ambassadors, brand image, and product quality influence purchasing decisions. These findings indicate that brand ambassadors, brand image, and product quality are important factors that influence consumer purchasing decisions for Tolak Angin Sido Muncul products.*

Keywords: Brand Ambassadorship, Brand Image, Product Quality, and Purchasing Decisions*.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL 1

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ii

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN iii

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iv

KATA PENGANTAR v

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB vii

ABSTRAK viii

ABSTRACT ix

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Rumusan Masalah Penelitian 7

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Kontribusi Penelitian 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 9

2.1 Kajian Pustaka 9

2.2.1 Manajemen Pemasaran 9

2.2.2 Teori Perilaku Konsumen 10

2.2.3 *Theory of Planned Behavior* (TPB) 10

2.2.4 *Business Sustainability* 11

2.2.5 Keputusan Pembelian 13

2.2.6 *Brand Ambassador* 16

2.2.7 *Brand Image* 20

lib.mercubuana.ac.id

2.2.8 Kualitas Produk 22
9. Penelitian Terdahulu.....27
2.2 Pengembangan Hipotesis 31
2.2.1 Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian 31
2.2.2 Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian.....32
2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian32
2.3 Kerangka Konseptual 33
BAB III METODE PENELITIAN..... 35
3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian 35
3.2 Desain Penelitian.....35
3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....35
3.3.1 Definisi Variabel.....35
3.3.2 Operasionalisasi Variabel 36
3.4 Skala Pengukuran.....38
3.5 Populasi Dan Sampel Penelitian 39
3.6 Metode Pengumpulan Data 40
3.7 Metode Analisis Data 41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 49
4.1 Analisis Deskriptif.....49
4.2 Analisis Deskriptif.....50
4.3 Hasil Analisis Data *Partial Least Square* (PLS).....55
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 67
5.1 Kesimpulan 67
5.2 Saran 67
DAFTAR PUSTAKA 69
LAMPIRAN 77

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu 27
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel 37
Tabel 3. 2 Skala Likert 38
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin 50
Tabel 4. 2 Usia 50
Tabel 4. 3 Deskripsi Berdasarkan Penghasilan 51
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel *Brand Ambassador* 52
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Brand Image 52
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Kualitas Produk 53
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian 54
Tabel 4. 8 Pengujiam *Loading Factor* (Sebelum Modifikasi) 55
Tabel 4. 9 Pengujiam *Loading Factor* (Modifikasi) 57
Tabel 4. 10 Pengujian *Cronch's Alpha* dan *Composite Reliability* 58
Tabel 4. 11 Pengujian *Average Variance Extracted* (AVE) 59
Tabel 4. 12 *Discriminant Validity (Fornel Lacker Criterion)* 59
Tabel 4. 13 *Discriminant Validity (Croos Loading)* 60
Tabel 4. 14 Pengujian *Discriminant Validity* (HTMT) 60
Tabel 4. 15 Hasil *R-square* 61
Tabel 4. 16 Hasil Uji *Effect Size* 61
Tabel 4. 17 Hasil *Q-Square* 62
Tabel 4. 18 Hasil Model Fit 62
Tabel 4. 20 Hasil Hipotesis 63
Tabel 4. 21 Hasil Discriminant Validity *(Cross Loading)* 90
Tabel 4. 22 Hasil *Discriminant Validity (HTMT)* 91

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Brand Sido Muncul 2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Penjualan Produk *Brand* Sido Muncul Tbk 3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual 33
Gambar 3. 1 Metode Sampel Penelitian Menggunakan G Power 40
Gambar 4. 1 Produk Suplemen Tolak Angin Sido Muncul 49
Gambar 4. 2 Algoritma *Loading Factor* (Sebelum Modifikasi) 56
Gambar 4. 3 Algoritma *Loading Factor* (Modifikasi) 57
Gambar 4. 4 Hasil *Output Bootstrapping* 63

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian..... 77
Lampiran 2 Jawaban Hasil Responden 81
Lampiran 3 Kusioner..... 83
Lampiran 4 Deskriptif Responden 85
Lampiran 5 Deskriptif Variabel 86
Lampiran 6 Hasil Pengujian Model Pengukuran *(Outer Model)* 88
Lampiran 7 Hasil Pengujian Model Struktural *(Inner Model)*..... 91
Lampiran 8 Uji Hipotesis..... 92
Lampiran 9 Curriculum Vitae 94
Lampiran 10 LOA Jurnal 95

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id