



**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, DISKON DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA PENGGUNA *E-COMMERCE LAZADA* DI JEPARA)**

Skripsi

Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Diajukan oleh:

AHMAD SAFIUL ANAM

NIM. 201911611

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, DISKON DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA PENGGUNA *E-COMMERCE LAZADA* DI JEPARA)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:
AHMAD SAFIUL ANAM
NIM. 201911611

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, DISKON DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* LAZADA DI JEPARA)**

Nama : Ahmad Safiul Anam

NIM : 201911611

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 28. September 2024

Pembimbing I



(Sutono, S.E., M.M., Ph.D)
NIDN. 0626017003

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)
NIDN. 0601099201

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, DISKON DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA PENGGUNA *E-COMMERCE LAZADA* DI JEPARA)**

Nama : Ahmad Safiul Anam

NIM : 201911611

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 28 September 2024

Mengetahui

Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Sutono, S.E., M.M., Ph.D)
NIDN. 0626017003

Mengetahui

Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M.)
NIDN. 0601099201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“semua orang pasti pernah gagal dan itu menyakitkan, tapi yang paling menyakitkan ialah ketika kamu tidak berusaha, namun merasa sudah gagal”

“jangan bangun disaat matahari bersinar, bangunlah lebih awal dan biarkan matahari yang melihatmu bersinar”

“betapun berliku (*unpredictable*) masa depanmu, akan tampak seperti garis lurus (*predictable*) dalam jangka waktu yang pendek”

“selalu ikuti kata hatimu, tapi jangan lupa bawa juga otakmu”

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat islam, iman, sehat, dan beribu-ribu nikmat lainnya.
2. Skripsi atau tugas akhir ini saya persembahkan untuk ayah dan ibu, terima kasih atas doa, semangat, motivasi, nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.
3. Untuk teman-teman saya semua yang mengenal saya, kalian sudah menjadi teman terbaik untuk saya selama menempuh pendidikan sarjana.
4. Merampungkan skripsi jelas bukanlah momen mudah yang harus kujalani sebagai mahasiswa. Terimakasih, semua dosen Universitas Muria Kudus karena telah rela meluangkan waktunya untuk membimbing mewujudkan semuanya.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh *Brand Ambassador*, Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna *E-Commerce* Lazada Di Kabupaten Jepara)”**. Ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, S.E., M.M., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing I dan Faridhatun Faidah, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan selama menjalani masa studi.
5. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu yang tak ternilai harganya, masukan, pemikiran dan tenaga selama proses pembelajaran yang dapat menambah wawasan bagi penulis.
6. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan terimakasih selalu membantuku dalam semua

pengerjaan skripsi ini.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Kudus, 2024

Penulis,



Ahmad Safiul Anam
NIM. 201911611

Analisis Pengaruh *Brand Ambassador*, Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna *E-Commerce* Lazada Di Kabupaten Jepara)

AHMAD SAFIUL ANAM

NIM. 201911611

Pembimbing : 1. Sutono, S.E., M.M., Ph.D.
2. Faridhatun Faidah, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *brand ambassador*, diskon dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen (studi pada pengguna *e-commerce* Lazada di Kabupaten Jepara). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah konsumen pengguna *e-commerce* Lazada di Kabupaten Jepara yang berjumlah 160 responden dan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SEM AMOS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna *e-commerce* Lazada di Kabupaten Jepara. Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna *e-commerce* Lazada di Kabupaten Jepara. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna *e-commerce* Lazada di Kabupaten Jepara. *Brand ambassador* tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada pengguna *e-commerce* Lazada di Kabupaten Jepara. Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada pengguna *e-commerce* Lazada di Kabupaten Jepara. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada pengguna *e-commerce* Lazada di Kabupaten Jepara. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada pengguna *e-commerce* Lazada di Kabupaten Jepara. Kepuasan konsumen mampu memediasi *brand ambassador*, diskon dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Diskon, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang

Analysis Of The Influence of Brand Ambassadors, Discounts and Service Quality on Repurchase Intentions Through Consumer Satisfaction (Study of Lazada E-Commerce Users in Jepara Regency)

AHMAD SAFIUL ANAM

NIM. 201911611

Lecturer : 1. Sutono, S.E., M.M., Ph.D.
2. Faridhatun Faidah, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM**

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of brand ambassadors, discounts and service quality on repurchase interest through customer satisfaction (study on Lazada e-commerce users in Jepara Regency). The approach used in this research is a quantitative approach. The sample is consumers of Lazada e-commerce users in Jepara Regency, totaling 160 respondents and sampling using purposive sampling method. The data collection technique in this study used a questionnaire. The results showed that brand ambassadors have a positive and significant effect on customer satisfaction in Lazada e-commerce users in Jepara Regency. Discounts have a positive and significant effect on customer satisfaction in Lazada e-commerce users in Jepara Regency. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction in Lazada e-commerce users in Jepara Regency. Brand ambassadors have no effect on repurchase interest in Lazada e-commerce users in Jepara Regency. Discounts have a positive and significant effect on repurchase interest in Lazada e-commerce users in Jepara Regency. Service quality has no effect on repurchase interest in Lazada e-commerce users in Jepara Regency. Customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase interest in Lazada e-commerce users in Jepara Regency. Customer satisfaction is able to mediate brand ambassadors, discounts and service quality on repurchase interest.

Keywords : Brand Ambassador, Discount, Service Quality, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup	12
1.3. Perumusan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Minat Beli Ulang	16
2.1.1. Pengertian Minat Beli Ulang	16
2.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang.....	16
2.1.3. Indikator Minat Beli Ulang.....	17
2.2. Kepuasan Konsumen	18
2.2.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	18
2.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	18
2.2.3. Indikator Kepuasan Konsumen.....	20
2.3. <i>Brand Ambassador</i>	20
2.3.1. Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	20
2.3.2. Indikator <i>Brand Ambassador</i>	23
2.4. Diskon.....	23

2.4.1. Pengertian Diskon.....	23
2.4.2. Indikator Diskon	24
2.5. Kualitas Pelayanan	25
2.5.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	25
2.5.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	25
2.5.3. Indikator Kualitas Pelayanan	27
2.7. Penelitian Terdahulu.....	29
2.8. Pengaruh Antar Variabel	29
2.8.1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	35
2.8.2. Pengaruh Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen.....	36
2.8.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.8.4. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli Ulang	39
2.8.5. Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Ulang.....	40
2.8.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang	41
2.8.7. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	42
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis Dan Hipotesis	44
2.9.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	44
2.9.2. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Rancangan Penelitian	46
3.2. Variabel Penelitian	46
3.2.1 Jenis Variabel.....	46
3.2.2. Definisi Operasional Variabel	48
3.3. Jenis Dan Sumber Data	50
3.3.1. Jenis Data.....	50
3.3.2. Sumber Data	51
3.4. Populasi Dan Sampel.....	51
3.4.1. Populasi.....	51
3.4.2. Sampel	52
3.4.3. Teknik Pengambilan Sampel	52
3.5. Pengumpulan Data.....	53
3.6. Uji Instrument.....	53
3.6.1. Uji Validitas.....	53
3.6.2. Uji Reliabilitas	54

3.7. Pengolahan Data.....	55
3.7.1. <i>Editing</i>	55
3.7.2. <i>Scoring</i>	55
3.7.3. <i>Tabulating</i>	55
3.7.4. <i>Coding</i>	56
3.8. Analisis Data	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.1.1 Deskripsi Lazada Group	68
4.2 Penyajian Data.....	69
4.2.1 Karakteristik Responden.....	69
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	71
4.3.1 <i>Brand Ambassador</i>	71
4.3.2 Diskon.....	72
4.3.3 Kualitas Pelayanan.....	73
4.3.4 Kepuasan Konsumen	74
4.3.5 Minat Beli Ulang	75
4.4 Analisis Data	77
4.4.1 Uji Validitas.....	77
4.4.2 Uji Reliabilitas	83
4.5 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	84
4.5.1 Uji Normalitas.....	84
4.5.2 Uji Outlier.....	85
4.6 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	86
4.6.1 Model Fit.....	86
4.6.2 Analisis Koefisien Determinasi	88
4.6.3 <i>Standardized Regression Weight</i>	89
4.6.4 Uji Hipotesis	90
4.6.5 Uji Mediasi	92
4.7 Pembahasan	94
4.7.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	94
4.7.2 Pengaruh Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen.....	95
4.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	97
4.7.4 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli Ulang	98

4.7.5 Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Ulang.....	100
4.7.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang	101
4.7.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	102
4.7.8 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen	104
4.7.9 Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen	105
4.7.10 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN	119
LAMPIRAN-LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Uji Goodness Of Fit	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif <i>Brand Ambassador</i>	72
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Diskon.....	73
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan.....	74
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen	75
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Minat Beli Ulang	76
Tabel 4.8 Hasil Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit Indices Full Measurement</i> Sebelum Perbaikan	78
Tabel 4.9 Hasil <i>Standardized Regression Weight Full Measurement</i> Sebelum Perbaikan	79
Tabel 4.10 Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit Indices Full Measurement</i> Setelah Perbaikan	81
Tabel 4.11 Hasil <i>Standardized Regression Weight Full Measurement</i> Setelah Perbaikan	81
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	82
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	83
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4.16 Hasil Uji Outlier.....	86
Tabel 4.17 Hasil Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit Indices Full Model</i>	87
Tabel 4.18 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	88
Tabel 4.19 <i>Standardized Regression Weight</i>	89
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis	90
Tabel 4.21 Hasil Uji Mediasi	93

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Pengguna Internet Di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Peringkat E-Commerce 2023	4
Gambar 1. 3 Jumlah Pengunjung Bulanan Lazada 2020-2022	5
Gambar 1. 4 Maudy Ayunda Brand Ambassador Lazada (2022)	6
Gambar 1. 5 Perbandingan Diskon Lazada & Shopee	8
Gambar 1. 6 Keluhan Layanan Di Lazada	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	44
Gambar 3.1 Flowchart dengan AMOS	57
Gambar 4.1 Output Full Measurement Sebelum Perbaikan	78
Gambar 4.2 Output Full Measurement Setelah Perbaikan	80
Gambar 4.3 Output Full Model	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Profil Responden
Lampiran 3	Data Tabulasi Kuesioner
Lampiran 4	Hasil <i>Full Measurement</i>
Lampiran 5	Hasil <i>Full Model</i>