



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN
WARDAH DI KUDUS**

Disusun oleh:

ULAYYA MU'AZAROH

202011008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN
WARDAH DI KUDUS**

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

Oleh :

ULAYYA MU'AZAROH

202011008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN
WARDAH DI KUDUS**

Nama : Ulayya Mu'azaroh

NIM : 202011008

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

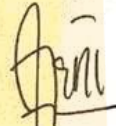
Kudus,

Pembimbing I



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M.)
NIDN. 0606058801

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.)
NIDN. 0615079303

Mengetahui
Ketua Progam Studi Manajemen



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

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN
WARDAH DI KUDUS**

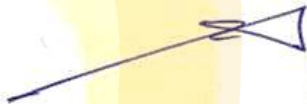
Nama : Ulayya Mu'azaroh

NIM : 202011008

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Mengetahui
Ketua Program Studi



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

Kudus,

Pembimbing I



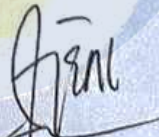
(Mira Meilia Marka, S.E., M.M.)
NIDN. 0606058801

Mengetahui
Dekan



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

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.)
NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”

(QS. Al-Insyirah:5)

“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri.”

(Baskara Putra)

Persembahan :

1. Kedua Orangtua
2. Keluarga Tercinta
3. Almameter Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Ambassador* dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Wardah Di Kudus.”**

Tujuan dari penyusunan skripsi ini yaitu sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna melengkapi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mengalami kendala, namun berkat motivasi, bimbingan dan bantuan semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendapatkan dukungan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

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. Mira Meilia Marka, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah

memberikan banyak ilmu pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan.

7. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Hermawan dan Ibu Khayatun yang telah memberikan do'a dan dukungan baik secara material maupun spiritual sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Kepada sahabat saya Akhla'Ainu Sa'adah yang selalu menemani, membantu, menghibur, dan memberi support kepada penulis.
9. Kepada saudara dan teman-teman yang sudah membantu dalam hal memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan Progam Studi Manajemen angkatan 2020 yang telah mengisi hari-hari penulis selama menulis.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga dibalik ketidaksempurnaan skripsi ini masih bisa bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Kudus,

2024

Penulis,


Ulayva Mu'azaroh
NIM. 202011008

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN
WARDAH DI KOTA KUDUS**

**ULAYYA MU'AZAROH
202011008**

Pembimbing : 1. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.
2. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh *Brand Ambassador* dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening produk Wardah Di Kota Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah konsumen di kota Kudus berjumlah 100 responden dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan pada produk wardah. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan namun berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk wardah. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi antara *brand ambassador* terhadap loyalitas pelanggan Wardah, sedangkan kepuasan pelanggan mampu memediasi antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan wardah.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

**THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR AND BRAND IMAGE ON
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN
INTERVENING VARIABLE ON WARDAH CONSUMERS IN KUDUS CITY**

**ULAYYA MU'AZAROH
202011008**

*Supervisor : 1. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.
2. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.*

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

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influence of brand ambassadors and brand image on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable for Wardah products in Kudus City. The approach used in this study is a quantitative approach. The sample is consumers in Kudus City totaling 100 respondents and sampling using purposive sampling technique. The data analysis technique uses Structural Equation Modeling (SEM) AMOS. The results of the study indicate that brand Ambassador has a positive and significant effect on Customer Loyalty and Customer Satisfaction on Wardah products. Brand Image has a negative and insignificant effect on customer loyalty but a positive and significant effect on customer satisfaction on Wardah products. Customer loyalty affects customer satisfaction on Wardah products. Customer satisfaction cannot mediate between brand ambassadors and Wardah customer loyalty, while customer satisfaction is able to mediate between brand image and Wardah customer loyalty.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Secara Teoritis	11
1.5.2 Secara Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 <i>Brand Ambassador</i>	12
2.1.1 Definisi <i>Brand Ambassador</i>	12
2.1.2 Faktor yang Memengaruhi <i>Brand Ambassador</i>	13
2.1.3 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	14
2.2 <i>Citra Merek</i>	16
2.2.1 Definisi <i>Citra Merek</i>	16
2.2.2 Faktor Yang Memengaruhi <i>Citra Merek</i>	16

	Halaman
2.2.3 Indikator Citra Merek	17
2.3 Loyalitas Pelanggan	19
2.3.1 Definisi Loyalitas Pelanggan.....	19
2.3.2 Faktor yang memengaruhi Loyalitas Pelanggan	19
2.3.3 Indikator Loyalitas Pelanggan	21
2.4 Kepuasan Pelanggan	22
2.4.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	22
2.4.2 Faktor Faktor yang memengaruhi Kepuasan Pelanggan	22
2.4.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	23
2.5 Pengaruh AntarVariabel.....	25
2.5.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Kepuasan Pelanggan..	25
2.5.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	26
2.5.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Loyalitas Pelanggan...	26
2.5.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	27
2.5.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis	30
2.8 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Rancangan Penelitian.....	32
3.2 Variabel Penelitian.....	32
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.3.1 <i>Brand Ambassador</i>	33
3.3.2 Citra Merek.....	35
3.3.3 Loyalitas Pelanggan.....	36
3.3.4 Kepuasan Pelanggan.....	37
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4.1 Jenis Data.....	39
3.4.2 Data sekunder	39
3.5 Populasi dan Sampel	40

	Halaman
3.5.1 Populasi	40
3.5.2 Sampel	40
3.6 Pengumpulan Data	41
3.7 Uji Instrumen Penelitian	42
3.7.1 Uji Validitas.....	42
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.7.3 Uji Normalitas	43
3.8 Pengolahan Data	44
3.9 Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Penyajian Data	52
4.2.1 Karakteristik Responden	52
4.2.2 Tanggapan Responden.....	55
4.3 Uji Instrumen Data.....	59
4.3.1 Uji Validitas.....	59
4.3.2 Uji <i>Construct Reliability</i>	61
4.3.3 Uji Normalitas	62
4.3.4 Uji Outlier.....	62
4.4 Analisis Data.....	63
4.5 Analisis Konfirmatori	64
4.5.1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	64
4.5.2 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen	67
4.5.4 Analisis Structural Equation Modeling (SEM) Full Model .	71
4.5.5 Kausalitas (<i>Regression weight</i>)	72
4.6 Uji Hipotesis	74
4.7 Uji Mediasi (Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung)	75
4.8 Pembahasan.....	76
4.8.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan produk Wardah	76

	Halaman
4.8.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan produk Wardah	77
4.8.3 Pengaruh Brand Ambassador terhadap Loyalitas Pelanggan produk Wardah	78
4.8.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan produk Wardah	78
4.8.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan produk Wardah	79
4.8.6 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening ...	80
4.8.7 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Ulasan Negatif Produk Wardah terkait Kepuasan Pelanggan ..	5
Tabel 1. 2 Keluhan pelanggan Produk Wardah	6
Table 3.1 Kriteria Godnes-of-Fit	48
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Alamat	53
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden yang Pernah Mengakses Official Store Wardah	54
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden yang Pernah Membeli Produk Wardah lebih dari 2 kali	54
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	55
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Citra Merek</i> (X2)...	56
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	57
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	58
Tabel 4. 9 Uji <i>Convergent Validity</i>	59
Tabel 4. 10 Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	60
Tabel 4. 11 Uji <i>Discriminant Validity</i>	61
Tabel 4. 12 Uji <i>Construct Reliability</i> (CR)	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4. 14 Observation farthest from the centroid (Mahalanobis Distance)	63
Tabel 4. 15 Evaluasi Goodness of Fit Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	65
Tabel 4. 16 Evaluasi Goodness of Fit Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	66
Tabel 4. 17 Evaluasi Goodness of Fit Variabel Endogen	67
Tabel 4. 18 Evaluasi Goodness of Fit Variabel Endogen	68

Tabel 4. 19 Hasil Goodness of Fit Measurement Sebelum Perbaikan	69
Tabel 4. 20 Hasil Goodness of Fit Measurement Setelah Perbaikan	70
Tabel 4. 21 Hasil Goodness of Fit Full Model	71
Tabel 4. 22 Standardized Regression Weight.....	72
Tabel 4. 23 Koefisien Determinasi (Squared Multiple Correlation)	73
Tabel 4. 24 (Regression Weight).....	74
Tabel 4. 25 Besar Total <i>Effect</i>	75



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Penjualan Top 10 Brand Ramadhan 2024.....	2
Gambar 1. 2 Data Presentase <i>Brand Ambassador</i> Wardah	3
Gambar 1. 3 Top <i>Brand Index</i> 2024	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
Gambar 3. 1 Diagram Alur dengan AMOS	46
Gambar 4. 1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan..	64
Gambar 4. 2 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	66
Gambar 4. 3 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Sebelum Perbaikan .	67
Gambar 4. 4 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Setelah Perbaikan....	68
Gambar 4. 5 Hasil Analisis Konfirmatori Measurement Sebelum Perbaikan	69
Gambar 4. 6 Hasil Analisis Konfirmatori Measurement Setelah Perbaikan .	70
Gambar 4. 7 Hasil Analisis Structural Equation Modeling (SEM) Full Model	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	91
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	98
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data	112
Lampiran 4 Bukti Pengisian Kuesioner	118
Lampiran 5 Data Pendukung Penelitian Ulasan Negatif Produk Wardah terkait Kepuasan Pelanggan	119
Lampiran 6 Surat Izin Penelitian	121