

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI RICHEESE FACTORY DI RANTAUPRAPAT

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Labuhanbatu



OLEH:

**DEWI ROSPITASARI PANJAITAN
2201100048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2026**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : DEWI ROSPITASARI PANJAITAN
NPM : 2201100048
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI RICHEESE FACTORY DI RANTAUPRAPAT

RANTAUPRAPAT, 02 - April - 2026

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA

PEMBIMBING PENDAMPING


SITI LAMAH NST, SH, M.M
NIDN. 0104018102


Dr. ELIDA F.S SIMANJORANG, S.Sos, MSP
NIDN. 0108107603

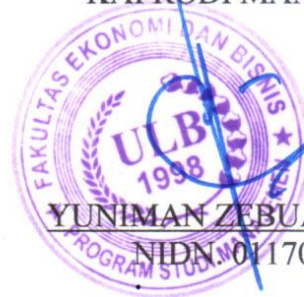
MENYETUJUI:

DEKAN

KAPRODI MANAJEMEN



Dr. ZULKARNAIN NASUTION, SE, M.Si
NIDN. 0116087401



YUNIMAN ZEBUA, SE, M.M
NIDN. 0117067201

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : DEWI ROSPITASARI PANJAITAN
NIM : 2201100048
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND
IMAGE, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT
BELI RICHEESE FACTORY DI RANTAUPRAPAT

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 2026
Yang Membuat Pernyataan



Dewi Rospitasari Panjaitan
NPM. 2201100048

ABSTRAAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Word of Mouth terhadap Minat Beli konsumen pada Richeese Factory di Rantauprapat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Richeese Factory di Rantauprapat, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang diperoleh menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Brand Ambassador berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, dan Brand Image juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Sementara itu, Word of Mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Secara simultan, Brand Ambassador, Brand Image, dan Word of Mouth berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,656 menunjukkan bahwa 65,6% variasi Minat Beli dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Brand Image merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi Minat Beli konsumen, diikuti oleh Brand Ambassador, sedangkan Word of Mouth belum memberikan pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Brand Image, Word of Mouth, Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Word of Mouth on consumers' Purchase Intention at Richeese Factory in Rantauprapat. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population in this study consists of all consumers of Richeese Factory in Rantauprapat, with a sample of 96 respondents selected using purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires. The data analysis methods used include validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2) using SPSS.

The results show that partially, Brand Ambassador has a positive and significant effect on Purchase Intention, and Brand Image also has a positive and significant effect on Purchase Intention. Meanwhile, Word of Mouth does not have a significant effect on Purchase Intention. Simultaneously, Brand Ambassador, Brand Image, and Word of Mouth have a significant effect on Purchase Intention. The coefficient of determination (R^2) value is 0.656, indicating that 65.6% of the variation in Purchase Intention can be explained by the three independent variables in this study, while the remaining 34.4% is influenced by other variables outside this research.

The conclusion of this study is that Brand Image is the most dominant variable influencing consumers' Purchase Intention, followed by Brand Ambassador, while Word of Mouth does not show a significant effect.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Word of Mouth, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karna Kasih dan Rahmad-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi, yang penulis beri judul: “Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Richeese Factory Di Rantauprapat”. Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE, M.Si, Selaku Rektor Universitas Labuhanbatu
2. Bapak Zulkarnain Nasution, SE, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Yuniman Zebua, SE, MM Selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Terimakasih dan penghormatan tertinggi teruntuk kecintaan saya, pengisi hati saya, setengah ruh saya, penerang langkah saya, penyejuk ketika dunia penuh dengan lelah, penenang ketika dunia terasa berisik, yang

doanya tidak pernah putus, yang cintanya tidak pernah berhenti, yang ketika saya menatapnya setengah dunia rasanya mudah di taklukkan, tempat saya pulang, tempat di mana seluruh impian saya tidak pernah di kecilkan dia adalah mama saya. Ma, terimakasih sudah menjadi mama saya, terimakasih sudah memilih saya menjadi anak. Bahkan jika ada kehidupan berikutnya saya tetap ingin mama menjadi mama saya lagi, lagi dan lagi.

5. Terimakasih kepada cinta pertama saya, Menyenangkan hidup dengan suguhan cinta yang sebanyak itu. Tidak melewatkan satu detik pun tanpa cintamu, sebuah keberuntungan. Tidak ada tekanan, tidak ada ekspektasi, tidak di tuntutan menjadi apa pun 'Just Live Happily' harapan mu sebagai pria terhormat, Ayahku tersayang.
6. Terimakasih untuk teman teman di manajemen 8e sore, khususnya kak ica, kak umay, bang jok, rahmat, afif, bang arif, bang yansen. Terimakasih sudah selalu lucu. Terimakasih atas kelas yang berkesan walaupun banyak ngeselinnya, senang bertemu kalian hidup lebih baik di masa depan ya!.

Rantauprapat, Mei 2026

Penulis



DEWI ROSPITASARI PANJAITAN

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Dan Perumusan Masalah	10
1. Batasan Masalah	10
2. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Uraian Teoritis	17
C. Kerangka Konseptual	29
D. Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
1. Lokasi Penelitian	33
2. Waktu Penelitian	33
B. Populasi dan Sampel Penelitian	34

1. Populasi Penelitian	34
2. Sampel Penelitian	34
C. Defenisi Operasional Variabel	36
D. Jenis Dan Sumber Data	38
1. Jenis Data	38
2. Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data	39
F. Uji Instrumen	40
1. Uji Validitasi	41
2. Uji Reabilitas	41
G. Metode Analisis Data	41
1. Analisis Deskriptif	41
2. Uji Asumsi klasik.....	42
a. Uji Normalitas	42
b. Uji Heteroskedastisitas.....	42
c. Uji Multikolinieritas.....	42
3. Uji Regresi Linear Berganda.....	42
4. Uji Hipotesis.....	43
a. Uji t.....	43
b. Uji f	44
c. Uji Determinasi	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Penelitian	46
1. Gambaran Perusahaan	46
2. Hasil Analisis Deskriptif Responden	50
3. Hasil Analisis Variabel Penelitian.....	52
4. Hasil Uji Instrument Penelitian	55
5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	60

6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64
7. Hasil Uji Hipotesis	66
a. Uji t	67
b. Uji f.....	69
c. Uji Determinasi.....	71
B. Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Konsep	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	48
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan P-P Plot	61
Gambar 4.3 Grafik Histogram	62
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Dampak Brand Ambassador	2
Tabel 1.2 Harga Menu Richeese	4
Tabel 1.3 Omset Bulanan Richeese Factory	5
Tabel 1.4 Kompetitor Makanan Cepat Saji.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	33
Tabel 3.2 Devinisi Variabel	36
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert.....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	52
Tabel 4.4 Hasil Analisis Variabel Penelitian	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador (X_1)	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X_2)	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Word Of Mouth (X_3).....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (t)	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (f).....	70
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 3 Hasil Analisis Data