

Judul : Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Kualitas Pelayanan Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Shopee

Nama : Dewi Irana Sari

Program Studi : Manajemen

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Pelayanan melalui Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi Shopee. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner berskala *likert* yang disebarakan secara online di *google forms*. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden yaitu konsumen atau masyarakat pengguna marketplace. Teknik analisa yang digunakan yaitu *Path Analysis (Analisis Jalur)* menggunakan. Kemudian diperoleh hasil bahwa *Brand Ambassador* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, Keputusan Pembelian berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Akan tetapi untuk *Brand Ambassador* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Keputusan Pembelian memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan pengaruh langsung *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian. Sehingga Keputusan Pembelian dapat dikatakan berhasil menjadi variabel *intervening* antara *Brand Ambassador* terhadap Loyalitas. Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan melalui Keputusan Pembelian. Artinya, bahwa konsumen akan loyal atau tidak terhadap produk bukan karena keputusan pembelian yang dilakukan melainkan karena kualitas pelayanan dan harapan yang membuat mereka rasakan sehingga dapat menimbulkan terjadinya loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci; *Brand Ambassador*, Kualitas Pelayanan, keputusan pembelian, dan loyalitas pelanggan**

*Title* : *The Influence of Brand Ambassadors and Service Quality Through Purchase Decisions on Customer Loyalty in the Shopee Application*

*Name* : *Dewi Irana Sari*

*Study Program* : *Management*

### **ABSTRACT**

*This study is a quantitative study that aims to determine the influence of Brand Ambassador and Service Quality through Purchase Decisions on Customer Loyalty on the Shopee Application. The data collection technique was carried out using a Likert-scale questionnaire distributed online on Google Forms. The sampling technique used purposive sampling with a sample of 100 respondents, namely consumers or market users. The analysis technique used is Path Analysis. Then the results obtained that Brand Ambassador and Service Quality have a positive effect on Purchase Decisions, Purchase Decisions have a positive effect on Customer Loyalty. However, Brand Ambassadors on Customer Loyalty through Purchase Decisions have a greater influence than the direct influence of Brand Ambassadors on Purchase Decisions. So that the Purchase Decision can be said to have succeeded in becoming an intervening variable between Brand Ambassadors and Loyalty. Service Quality on Customer Loyalty has a greater influence than through Purchase Decisions. This means that consumers will be loyal or not to the product not because of the purchase decision made but because of the quality of service and the expectations that make them feel so that it can lead to customer loyalty.*

**Keywords:** *Brand Ambassador, Service Quality, Purchase Decision, and Customer Loyalty*