

**SKRIPSI**

**PENGARUH *AMBASSADOR CHARACTERISTICS* TERHADAP MINAT  
BELI MELALUI *BRAND IMAGE*  
(STUDI PADA PENGIKUT INSTAGRAM @LOZYHIJAB)**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**NUR SALSABILA**

**NIM: 2110312120004**

**PROGRAM STUDI: MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN**

**2025**

**LEMBAR LEGALITAS**  
**PENGARUH *AMBASSADOR CHARACTERISTICS* TERHADAP MINAT**  
**BELI MELALUI *BRAND IMAGE***  
**(STUDI PADA PENGIKUT INSTAGRAM @LOZYHIJAB)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**NUR SALSABILA**  
**NIM: 2110312120004**

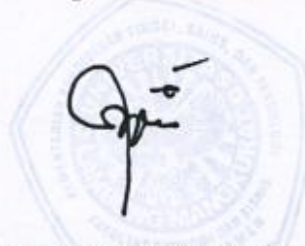
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 17 Juni 2025 dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

**Dosen Pembimbing**



**Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM**  
**NIP. 19670909 199303 1001**

**Mengetahui,**  
**Koordinator Program Studi S1 Manajemen**



**Abdul Hadi, SE, M.Si**  
**NIP. 19700707 200501 1 001**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Nur Salsabila  
NIM : 2110312120004  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Ambassador Characteristics* Terhadap Minat  
Beli Melalui *Brand Image* (Studi pada Pengikut  
Instagram @lozyhijab)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 17 Juni 2025  
Waktu Ujian : 14.00 – 16.00 WITA

**TIM PENGUJI**

Pembimbing : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM



(.....)

Penguji I : Dr. Nuril Huda, SE, MM

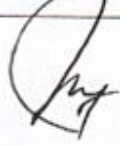
Penguji II : Dr. Siti Aiyati Al Bushairi, SE, MM

## LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Nur Salsabila  
NIM : 2110312120004  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Ambassador Characteristics* Terhadap Minat Beli Melalui *Brand Image* (Studi pada Pengikut Instagram @lozyhijab)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 17 Juni 2025  
Waktu Ujian : 14.00 – 16.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji.

No.	Nama	Keterangan	TTD
1.	<u>Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM</u> NIP. 19670909 199303 1001	Pembimbing	

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen


Abdul Hadi, SE, M.Si  
NIP. 19700707 200501 1 001

Banjarmasin, 03 Juli 2025

Mahasiswa



Nur Salsabila  
2110312120004

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 03 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



**Nur Salsabila**  
**NIM. 2110312120004**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ”Pengaruh *Ambassador Characteristics* Terhadap Minat Beli Melalui *Brand Image* (Studi Pada Pengikut Instagram @lozyhijab)” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis tentunya menemukan hambatan dan kendala. Akan tetapi berkat arahan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan itu tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi dengan memberikan sumbangan baik berupa materi maupun pikirannya untuk membantu penulis menghadapi hambatan dan kendala tersebut. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. Ahmad, SE, M.Si selaku rektor Universitas Lambung Mangkurat
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Bapak Abdul Hadi, SE., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Bapak Dr. Zakhyadi Ariffin, Drs, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan motivasi selama penulis menjalani pendidikan semasa kuliah.

5. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ide, saran, bimbingan, motivasi, dan bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Nuril Huda, SE, MM selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran guna menyempurnakan penulisan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Siti Aiyati Al Bushairi, SE, MM selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan nasihat kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal penulis dalam menjalani kehidupan pada masa yang akan datang serta seluruh staf yang telah membantu kelancaran studi selama penulis menuntut ilmu.
9. Kedua orang tua, Bapa dan Mama serta saudara laki-laki saya Salman yang tidak pernah putus memotivasi, mendo'akan, memberikan kasih sayang, dukungan moral maupun material dan lain sebagainya yang tidak dapat penulis sebutkan sehingga penulis dapat melewati masa kuliah dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Abdul Aziz pemilik NIM 044655171 selaku suami yang selalu mendengarkan keluh kesah saya, menemani saya, mensupport dalam bentuk kasih sayang dan materi, kebaikan yang membuat saya bahagia menjalani hari-hari dan juga anak kita yang sedang dalam kandungan baby M.
11. Teman-teman yang selalu mendampingi sejak awal memasuki semester 1 hingga pada memasuki semester 8 terkhususkan Hana, Atma, Dinda dan para habibers (Khalila, Itin, Devi, April, Anggi) yang memberikan waktu, tenaga,

pikiran, semangat, serta canda tawa dalam proses perkuliahan hingga ujian skripsi terselesaikan.

12. Terakhir, Nur Salsabila. Seorang anak perempuan berusia 21 tahun yang kuat terkadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terima kasih untuk segala perjuangan sudah bertahan sampai sejauh ini, kesabaran dan ketekunan yang telah dilalui dalam setiap langkah yang penuh tantangan ini walau seringkali pengharapan tidak sesuai dengan ekspektasi, namun harus tetap bersyukur, kebaikan-kebaikan dan do'a yang selalu kamu langitkan Allah sudah merencanakan memberikan pilihan yang tidak terduga pastinya terbaik buat dirimu. Berbahagialah selalu kapanpun dan dimanapun kamu berada.

Semoga amal baik mereka memperoleh balasan baik dari Allah SWT dan selalu dalam perlindungan-Nya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan masukan bagi penulis sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Banjarmasin, 17 Juni 2025

Penulis



**Nur Salsabila**  
**NIM. 2110312120004**

## ABSTRACT

*Nur Salsabila (2025). The Effect of Ambassador Characteristics on Purchase Intention Through Brand Image (Study on Instagram Followers @lozyhijab). Advisor: Muhammad Riza Firdaus*

*This research aims to analyze: (1) The effect of Ambassador Characteristics on the Brand Image of Lozy Hijab Products (2) The effect of Brand Image on Purchase Intention in Lozy Hijab Products (3) The effect of Ambassador Characteristics on Purchase Intention in Lozy Hijab Products, and (4) The role of Brand Image as mediation between Ambassador Characteristics on Purchase Intention.*

*This study employs quantitative method and data collection through online distributed questionnaires. The population in this research were Lozy Hijab Instagram followers. Sampling is conducted using a purposive sampling technique with 119 respondents meeting the criteria: have never bought Lozy Hijab products, and aged 18 years old. Data analysis is carried out using Structural Equation Modeling (SEM) approach based on Partial Least Square (PLS) using SmartPLS 4 software.*

*The results of the research indicate that: (1) Ambassador Characteristics are predicted to have a significant effect on the Brand Image of Lozy Hijab products. (2) Brand Image is predicted to have a significant effect on Purchase Intention in Lozy Hijab products. (3) Ambassador Characteristics are predicted to have a significant effect on Purchase Intention in Lozy Hijab products. (4) Brand Image is predicted to mediate the effect of Ambassador Characteristics on Purchase Intention in Lozy Hijab products.*

**Keywords:** *Ambassador Characteristics, Brand Image, Purchase Intention*

## ABSTRAK

Nur Salsabila (2025). Pengaruh *Ambassador Characteristics* Terhadap Minat Beli Melalui *Brand Image* (Studi pada Pengikut Instagram @lozyhijab). Pembimbing: Muhammad Riza Firdaus

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh *Ambassador Characteristics* terhadap *Brand Image* Produk Lozy Hijab (2) Pengaruh *Brand Image* terhadap Minat Beli Produk Lozy Hijab (3) Pengaruh *Ambassador Characteristics* terhadap Minat Beli Produk Lozy Hijab, dan (4) Peran *Brand Image* sebagai mediasi antara *Ambassador Characteristics* terhadap Minat Beli.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data yang dibagikan secara online. Populasi dalam penelitian ini ialah pengikut instagram Lozy Hijab. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 119 orang dengan kriteria: belum pernah membeli produk Lozy Hijab, yang berusia diatas 18 tahun. Data penelitian dianalisis menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) menggunakan software SmartPLS 4.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Ambassador Characteristics* terprediksi berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Image* produk Lozy Hijab. (2) *Brand Image* terprediksi berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli produk Lozy Hijab. (3) *Ambassador Characteristics* terprediksi berpengaruh secara signifikan Minat Beli produk Lozy Hijab. (4) *Brand Image* terprediksi memediasi pengaruh *Ambassador Characteristics* terhadap Minat Beli produk Lozy Hijab.

**Kata kunci:** *Ambassador Characteristics*, *Brand Image*, Minat Beli

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR LEGALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 <i>Ambassador Characteristics</i> .....	15
2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	19
2.1.3 Minat Beli .....	20
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	22
<b>BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN ..</b>	<b>29</b>
3.1 Kerangka Konseptual (Model Penelitian) .....	29
3.2 Hipotesis Penelitian.....	30
3.2.1 Pengaruh <i>Ambassador Characteristics</i> Terhadap Minat Beli.....	30
3.2.2 Pengaruh <i>Ambassador Characteristics</i> Terhadap <i>Brand Image</i> .....	31
3.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli .....	32
3.2.4 Peran <i>Brand Image</i> dalam Memediasi <i>Ambassador Characteristics</i> Terhadap Minat Beli .....	32
<b>BAB IV METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
4.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	34
4.2 Jenis Penelitian .....	34
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian .....	34
4.4 Unit Analisis .....	35
4.5 Populasi dan Sampel.....	35
4.5.1 Populasi.....	35
4.5.2 Sampel.....	35
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	37
4.7 Teknik Pengumpulan Data.....	39
4.8 Teknik Analisis Data.....	40
4.8.1 Uji Outlier.....	41
4.8.2 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	41
4.8.3 Model Pengukuran ( <i>Inner Model</i> ) .....	42
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>45</b>

5.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	45
5.1.1 Identitas Obyek Penelitian .....	45
5.1.2 Sejarah Singkat Obyek Penelitian.....	46
5.2 Hasil dan Analisis .....	47
5.2.1 Uji Outlier .....	47
5.2.2 Karakteristik Responden .....	48
5.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	53
5.2.4 Model Pengukuran ( <i>Outer model</i> ).....	58
5.2.5 Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	67
5.3 Analisis Pertanyaan Terbuka .....	74
5.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
5.4.1 Pengaruh <i>Ambassador Characteristics</i> terhadap Minat Beli .....	76
5.4.2 Pengaruh <i>Ambassador Characteristics</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	77
5.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli .....	79
5.4.4 Pengaruh <i>Ambassador Characteristics</i> terhadap Minat Beli melalui mediasi <i>Brand Image</i> .....	80
5.5 Implikasi Hasil Penelitian.....	81
5.6 Keterbatasan Penelitian .....	84
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
6.1 Kesimpulan.....	86
6.2 Saran .....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Perbandingan Variabel Hasil Penelitian Sebelumnya.....	26
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel .....	38
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	49
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili .....	51
Tabel 5. 5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
Tabel 5. 6 Karakteristik Responden berdasarkan mengikuti Instagram Lozy Hijab .....	52
Tabel 5. 7 Kriteria Three-box Method .....	54
Tabel 5. 8 Jawaban Responden terhadap Variabel Ambassador Characteristics (X) .....	55
Tabel 5. 9 Jawaban Responden terhadap Variabel Brand Image (Z) .....	56
Tabel 5. 10 Jawaban Responden terhadap Variabel Minat Beli (Y).....	57
Tabel 5. 11 Nilai Loading Factor Setiap Indikator .....	60
Tabel 5. 12 Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	61
Tabel 5. 13 Uji Fornell-Larcker Criterion .....	62
Tabel 5. 14 Heterotrait-Monotrait (HTMT) .....	63
Tabel 5. 15 Nilai Cross Loading Setiap Indikator .....	65
Tabel 5. 16 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	66
Tabel 5. 17 Hasil Uji R-Square .....	68
Tabel 5. 18 Analisis Second Order .....	69
Tabel 5. 19 Hasil Q-Square .....	70
Tabel 5. 20 Output Model Fit.....	71
Tabel 5. 21 Hasil Uji Hipotesis .....	72
Tabel 5. 22 Jawaban Pertanyaan Terbuka 1 .....	74
Tabel 5. 23 Jawaban Pertanyaan Terbuka 2 .....	74
Tabel 5. 24 Jawaban Pertanyaan Terbuka 3 .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan signifikan pasar hijab di Indonesia .....	2
Gambar 1. 2 Preferensi Belanja Online Masyarakat Indonesia .....	3
Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia .....	4
Gambar 1. 4 Instagram Profile @lozyhijab .....	5
Gambar 1. 5 Karakteristik influencer yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi ..	6
Gambar 1. 6 Profile Xaviera Putri.....	6
Gambar 1. 7 Hasil Survei Menunjukkan mengetahui Xaviera Putri sebagai Brand Ambassador dari @lozyhijab .....	10
Gambar 1. 8 Hasil Survei Menunjukkan Karakteristik Xaviera Putri Mendukung Citra Positif Merek @lozyhijab .....	10
Gambar 1. 9 Hasil Survei Menunjukkan Keinginan untuk membeli produk Lozy Hijab.....	11
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual .....	30
Gambar 3. 2 Kerangka Konseptual Beserta Indikator .....	30
Gambar 5. 1 Gambar Logo Lozy Hijab .....	45
Gambar 5. 2 Pengujian Outer Model .....	58
Gambar 5. 3 Model Uji Inner Model .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Terbuka.....	98
Lampiran 3 Hasil Uji Outlier .....	99
Lampiran 4 Output Outer Model.....	102
Lampiran 5 Output Inner Model .....	104
Lampiran 6 Grafik Output PLS-SEM .....	105