

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN *PRICE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION***

(Studi Pada Konsumen Produk Fiesta Ready To Go Lava x TREASURE di Surabaya)

SKRIPSI



Oleh:

AFINA HASYA FAZA

NPM. 22042010055

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN *PRICE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION***

(Studi Pada Konsumen Produk Fiesta Ready To Go Lava x TREASURE di Surabaya)

SKRIPSI



Oleh:

AFINA HASYA FAZA

NPM. 22042010055

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN *PRICE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (Studi Pada Konsumen Produk
Fiesta Ready To Go Lava x TREASURE di Surabaya)**

Disusun Oleh:

**AFINA HASYA FAZA
NPM. 22042010055**

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

**Budi Prabowo, S.Sos., MM
NIP. 196210161988031001**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN PRICE
TERHADAP REPURCHASE INTENTION (Studi Pada Konsumen Produk
Fiesta Ready To Go Lava x TREASURE di Surabaya)**

Disusun Oleh:

AFINA HASYA FAZA
NPM. 22042010055

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal 28 Agustus 2026

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Budi Prabowo, S.Sos., MM
NIP. 196210161988031001

Tim Penguji

1. Ketua

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA
NIPPPK. 197712042025211022

2. Sekretaris

Indah Respati K., S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

3. Anggota

Budi Prabowo, S.Sos., MM
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Afina Hasya Faza

NPM : 22042010055

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas-Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur -unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 28 Agustus 2026
Yang membuat pernyataan



Afina Hasya Faza
NPM. 22042010055

ABSTRAK

AFINA HASYA FAZA, PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN *PRICE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (STUDI PADA KONSUMEN PRODUK FIESTA READY TO GO LAVA X TREASURE DI SURABAYA)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador*, *brand image*, dan *price* terhadap *repurchase intention* konsumen produk Fiesta Ready To Go Lava x TREASURE di Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen produk Fiesta Ready To Go Lava x TREASURE di Surabaya, dengan sampel sebanyak 150 responden. Sampel ditentukan melalui teknik non-probability sampling menggunakan purposive sampling, dengan kriteria pernah membeli produk minimal satu kali, berusia minimal 17 tahun, dan berdomisili di Surabaya. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji F, dan uji t dengan bantuan SPSS versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *brand ambassador*, *brand image*, dan *price* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*; (2) *brand ambassador* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*; (3) *brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*; dan (4) *price* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

Kata kunci: *brand ambassador*, *brand image*, *price*, *repurchase intention*, *ready-to-eat*.

ABSTRACT

AFINA HASYA FAZA, THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, AND PRICE ON REPURCHASE INTENTION (A STUDY OF FIESTA READY TO GO LAVA X TREASURE CONSUMERS IN SURABAYA)

This study aims to examine the effects of brand ambassador, brand image, and price on the repurchase intention of Fiesta Ready To Go Lava x TREASURE consumers in Surabaya. This research applies an associative design with a quantitative approach. The population comprised consumers of Fiesta Ready To Go Lava x TREASURE in Surabaya, and the sample consisted of 150 respondents. Respondents were selected through non-probability purposive sampling based on the criteria of having purchased the product at least once, being at least 17 years old, and residing in Surabaya. Data were collected using questionnaires and analysed through validity, reliability, classical assumption, multiple linear regression, F-test, and t-test procedures with SPSS version 31. The findings indicate that: (1) brand ambassador, brand image, and price simultaneously have a positive and significant effect on repurchase intention; (2) brand ambassador partially has a positive and significant effect on repurchase intention; (3) brand image partially has a positive and significant effect on repurchase intention; and (4) price partially has a positive and significant effect on repurchase intention.

Keywords: *brand ambassador, brand image, price, repurchase intention, ready-to-eat.*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas Rahmat, hidayah, serta karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan *Price* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Pada Konsumen Produk Fiesta Ready To Go Lava x TREASURE di Surabaya)”**.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan pada program Sarjana di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada bapak Budi Prabowo, S.Sos., MM selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, saran, serta nasihat sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin S.Sos., M.M., M.A. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua, kakak, dan adik penulis yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, perhatian, serta motivasi yang tiada henti kepada penulis selama proses penyusunan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkaian penyusunan skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh teman-teman yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat kepada penulis selama masa perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki kekurangan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proposal ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membacanya.

Surabaya, 20 Agustus 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Pemasaran	17
2.2.2 Strategi Pemasaran	18
2.2.3 Perilaku Konsumen	19
2.2.4 Preferensi Konsumen	20
2.2.5 <i>Brand Ambassador</i>	21
2.2.5.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	21
2.2.5.2 Peran <i>Brand Ambassador</i>	22
2.2.5.3 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	23

2.2.6 <i>Brand Image</i>	25
2.2.6.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	25
2.2.6.2 Indikator <i>Brand Image</i>	26
2.2.7 <i>Price</i>	27
2.2.7.1 Pengertian <i>Price</i>	27
2.2.7.2 Indikator <i>Price</i>	29
2.2.8 <i>Repurchase Intention</i>	30
2.2.8.1 Pengertian <i>Repurchase Intention</i>	30
2.2.8.2 Indikator <i>Repurchase Intention</i>	31
2.3 Hubungan Antara Variabel	32
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	32
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	32
2.3.3 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	33
2.4 Kerangka Berpikir	34
2.5 Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.2.1 Definisi Operasional.....	38
3.2.2 Pengukuran Variabel	48
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	49
3.3.1 Populasi.....	49
3.3.2 Sampel.....	50
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1 Jenis Data	52
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	53
3.5 Teknik Analisis Data	53
3.5.1 Uji Validitas.....	54
3.5.2 Uji Reliabilitas	55
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	55

3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda	58
3.5.5 Koefisien Determinasi.....	59
3.6 Pengujian Hipotesis.....	59
3.6.1 Uji F (Uji Simultan)	59
3.6.2 Uji t (Uji Parsial).....	61
3.7 Jadwal Penelitian.....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	65
4.1.1 Profil Perusahaan	65
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	67
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	68
4.2.1 Data Karakteristik Responden.....	68
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	71
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	72
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	76
4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Price</i> (X3)	78
4.2.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	82
4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	86
4.3.1 Uji Validitas.....	86
4.3.2 Uji Reliabilitas	88
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	88
4.3.3.1 Uji Normalitas	88
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas	90
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	91
4.3.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	92
4.3.5 Koefisien Determinasi.....	94
4.3.6 Uji Hipotesis	95
4.3.6.1 Uji F (Uji Simultan)	95
4.3.6.2 Uji t (Uji Parsial).....	97
4.4 Pembahasan.....	100

4.4.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X1), <i>Brand Image</i> (X2), dan <i>Price</i> (X3) Secara Simultan Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Y)	100
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X1) Secara Parsial Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	101
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) Secara Parsial Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	103
4.4.4 Pengaruh <i>Price</i> (X3) Secara Parsial Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Y)	104
4.5 Matriks Hasil Penelitian.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Prediksi Total Volume Makanan Siap Saji di Indonesia	2
Gambar 1.2 Grafik Popularitas <i>Brand</i> Sosis di Indonesia	3
Gambar 1.3 Produk Fiesta Ready To Go Lava.....	7
Gambar 1.4 TREASURE Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Fiesta Ready To Go Lava .	8
Gambar 1.5 Boygroup TREASURE	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	36
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	61
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	63
Gambar 4.1 Logo PT Charoen Pokphand Indonesia.....	65
Gambar 4.2 Logo PT Charoen Pokphand Indonesia <i>Food Division</i>	66
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional	43
Tabel 3.2 Skala Likert	49
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	70
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili	71
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Ambassador</i> (X1)	72
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i> (X2)	76
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap <i>Price</i> (X3)	79
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	82
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	86
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	88
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	89
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	91
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	93
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	95
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	96
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	97
Tabel 4.18 Matriks Hasil Penelitian	105

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	118
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden	125
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas.....	139
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	141
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas.....	142
Lampiran 6. Hasil Uji Multikolinearitas	143
Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedasstisitas	143
Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	143
Lampiran 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	144
Lampiran 10. Hasil Uji F	144
Lampiran 11. Hasil Uji t.....	144
Lampiran 12. Hasil Pemeriksaan Tingkat Plagiarisme	145
Lampiran 13. Surat Keterangan Hasil Pemeriksaan Tingkat Plagiarisme	146
Lampiran 14. <i>Letter of Acceptance</i>	147