

ABSTRAK

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GOJEK DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI**

**Studi pada Konsumen Gojek di Yogyakarta**

Reni Cahyani  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2023

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: 1) pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian, 2) pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian, 3) pengaruh *brand ambassador* terhadap citra merek, 4) pengaruh kualitas layanan terhadap citra merek, 5) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, 6) pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel mediasi, 7) pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel mediasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner berbentuk *google form* kepada 96 konsumen yang pernah menggunakan jasa Gojek selama 1 tahun terakhir. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dan menggunakan program *WarpPLS* 8.0. Hasil menunjukkan bahwa: 1) *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) *brand ambassador* berpengaruh terhadap citra merek, 4) kualitas layanan berpengaruh terhadap citra merek, 5) citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 6) *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi penuh (*full mediation*) oleh citra merek, 7) kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi sebagian (*partial mediation*) oleh citra merek.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Kualitas Layanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AND SERVICE QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF GOJEK SERVICES WITH BRAND IMAGE AS A MEDIATION VARIABLE**

**Study on Gojek Customers in Yogyakarta**

Reni Cahyani  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2023

This study aims to examine: 1) influence brand ambassador on purchasing decisions, 2) the influence of service quality on purchase decisions, 3) the influence brand ambassador on brand image, 4) the influence of service quality on brand image, 5) the influence of brand image on purchase decisions, 6) the influence brand ambassador on purchasing decisions with brand image as a mediating variable, 7) the influence of service quality on purchasing decisions with brand image as a mediating variable. The sampling technique used purposive sampling. Data was obtained by distributing questionnaires in the google form to 96 consumers who have used Gojek services in the last 1 year. Data analysis techniques using Partial Least Square (PLS) and use the program *WarpPLS* 8.0. The results show that: 1) brand ambassador influenced purchase decisions, 2) service quality influenced purchase decisions, 3) brand ambassador influenced brand image, 4) service quality influenced brand image, 5) brand image influenced purchase decisions, 6) brand ambassador influenced purchase decisions with fully-mediated by brand image, 7) service quality influenced purchase decisions partially-mediated by brand image.

Keywords: Brand Ambassador, Service Quality, Brand Image, Purchasing Decisions.