

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN,
WEBSITE QUALITY DAN REPUTASI VENDOR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *MARKETPLACE* TOKOPEDIA
(Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)**



SKRIPSI

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen S1

KHOIZAH DAIKA

1802010220

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2022**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN, *WEBSITE QUALITY*
DAN REPUTASI VENDOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
MARKETPLACE TOKOPEDIA
(Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)**



SKRIPSI

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen S1

**KHOIZAH DAIKA
1802010220**

Diterima dan Disetujui Oleh:

Pembimbing


Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D
NIK. 2160183

HALAMAN PENGESAHAN


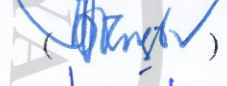

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Khoizah Daika
NIM : 1802010220
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh *Brand Ambassador*, Kepercayaan, Website Quality dan Reputasi Vendor terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Tokopedia (Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)**

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D
Anggota 1 : Muchammad Agung Miftahuddin S.E., M.Si
Anggota 2 : Drs. Suyoto, M.Si
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 13 Januari 2022

()
()
()

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khoizah Daika
NIM : 1802010220
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah karya Saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah Saya nyatakan dengan sebenar-benarnya serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini Saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, Saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 13 Januari 2022

Peneliti



Khoizah Daika

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khoizah Daika
NIM : 1802010220
Program Studi : Manajemen S1
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah Saya yang berjudul ;

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN, *WEBSITE QUALITY*
DAN REPUTASI VENDOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
MARKETPLACE TOKOPEDIA
(Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

pada tanggal : 13 Januari 2022

(an menyatakan,

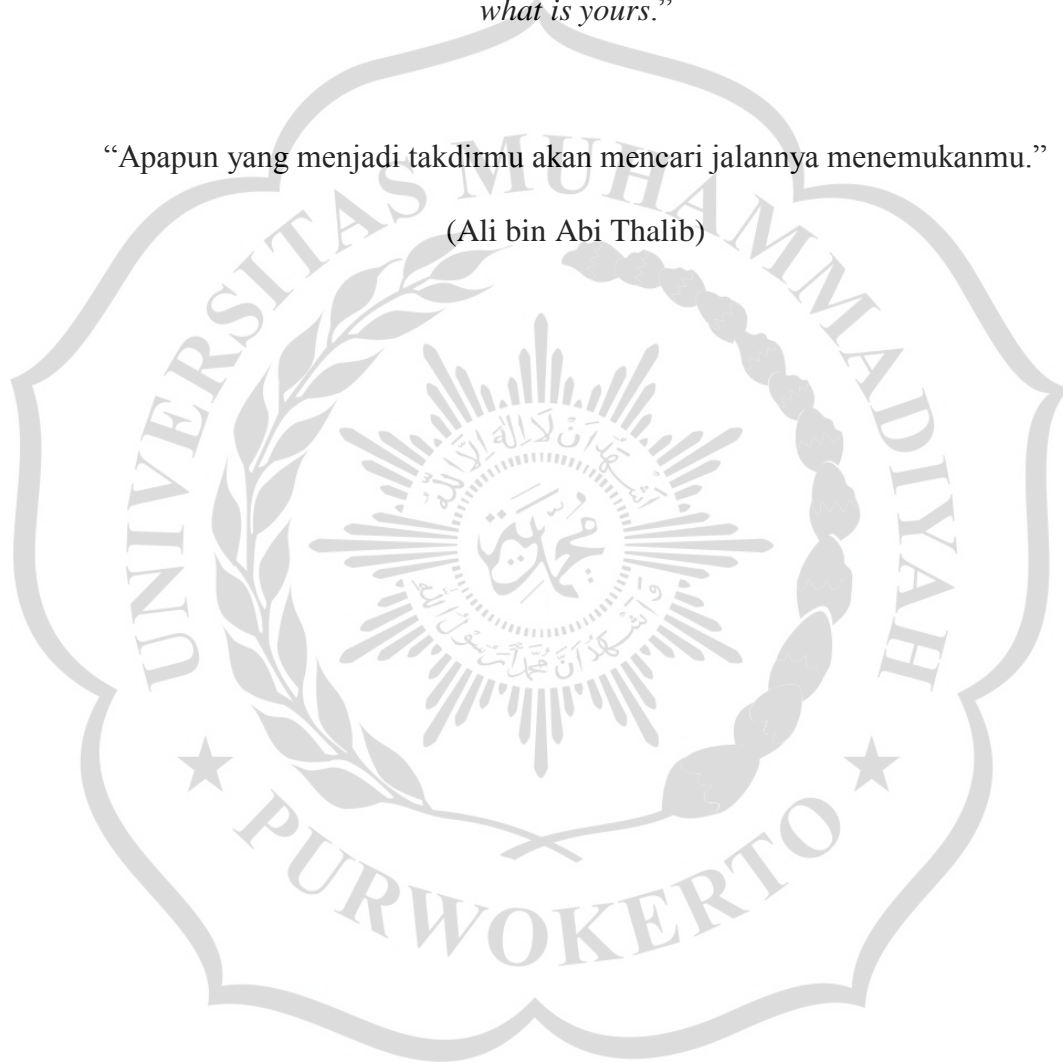


Khoizah Daika

MOTTO

*“Don’t be sad when people push you away, because there’s a million way to get back
what is yours.”*

“Apapun yang menjadi takdirmu akan mencari jalannya menemukanmu.”
(Ali bin Abi Thalib)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur,
peneliti mempersembahkan skripsi ini
kepada orang yang sangat berjasa dan penting
dalam hidup peneliti:

- ❖ Untuk kedua orang tua saya Bapak Adhi Kiswanto dan Ibu Sunarti tercinta, sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terima kasih yang tidak terhingga atas pengorbanan, kasih sayang, kerja keras, motivasi dan doa yang telah diberikan selama ini.
- ❖ Kakak saya, Dodi Rachmawan dan Andaini Rizki Putri sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, semangat dan doa selama ini.
- ❖ Adreena Naira Rachmawan sebagai tanda terima kasih karena telah hadir di kehidupan Saya sebagai kemenakan yang membawa kebahagiaan dan pelepas penat dalam perjuangan yang panjang ini.
- ❖ Farhan Mahardika sebagai tanda terima kasih karena telah bersedia mendengarkan semua drama kehidupan nyata maupun maya sehingga Saya dapat *survive* paripurna di segala situasi dan kondisi kehidupan.
- ❖ Dini Mega Susanti, Bella Setia Monica, Febry Margi Rahayu, Moza Felia Sasti dan Amalia Tasya sebagai tanda terima kasih dan tanda sayang karena telah memberikan *support* di kehidupan perkuliahan Saya.
- ❖ Reyan Alam Riska Setiawan, Wildan Fauzan Akil, Feri

Prabowo, Agung Ilham Permana Elda, Sindy Cahyani
Romadhon, Annisa Nurul Aini, Muhamad Syamsul Arifin
dan Rachma Dwi Nur Insani sebagai tanda terima kasih
karena telah bersedia memberikan *support* dan membantu
Saya untuk menyelesaikan dan menyukseskan skripsi Saya
ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah
diberikan. Aamiin.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas berkat dan rahmat-Nya, Saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wasallam, yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman terang benderang. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, akan sulit bagi Saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, Saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Herni Justiana Astuti, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyediakan ruang, waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan serta memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
4. Muchammad Agung Miftahuddin, S.E., M.Si selaku dosen penguji I dan Drs. Suyoto, M.Si selaku dosen penguji II yang selalu memberikan saran dan masukan yang membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dan membimbing saya selama di bangku perkuliahan sehingga saya bisa menyelesaikan studi dengan baik.
6. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan.
7. Untuk kedua orang tua yang selalu memberikan motivasi, bimbingan, doa dan kasih sayang sehingga Saya selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih untuk Bapak dan Ibu atas *supportnya* sehingga penulisan skripsi ini bisa selesai di waktu yang tepat.
8. Untuk kakak-kakak Saya, Dodi Rachmawan dan Andaini Rizki Putri yang selalu memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang sehingga Saya selalu bersemangat dalam penyusunan skripsi ini.
9. Untuk sahabat dan teman-teman yang tidak bisa Saya sebutkan satu persatu, yang selalu memberikan semangat kepada Saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu Aamiin.

Purwokerto, 13 Januari 2022

Peneliti


Khoizah Daika

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN, *WEBSITE QUALITY*
DAN REPUTASI VENDOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
MARKETPLACE TOKOPEDIA**

(Studi pada Mahasiswa di Purwokerto)

Khoizah Daika¹, Herni Justiana Astuti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

khoizahdaika@gmail.com¹, herni99@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador*, kepercayaan, *website quality* dan reputasi vendor terhadap keputusan pembelian di *marketplace* Tokopedia. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan variabel *brand ambassador*, kepercayaan, *website quality*, reputasi vendor dan keputusan pembelian. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa tiga Perguruan Tinggi di Purwokerto. Pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan 102 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *brand ambassador*, kepercayaan, *website quality* dan reputasi vendor berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, reputasi vendor berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan *brand ambassador* dan *website quality* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *brand ambassador*, kepercayaan, *website quality*, reputasi vendor, keputusan pembelian.

**THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR, TRUST, WEBSITE QUALITY
AND VENDOR REPUTATION ON PURCHASE DECISION AT
TOKOPEDIA MARKETPLACE**

(STUDY ON COLLAGE STUDENTS IN PURWOKERTO)

Khoizah Daika¹, Herni Justiana Astuti²

Faculty of Economics and Business

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

khoizahdaika@gmail.com¹, herni99@gmail.com²

ABSTRACT

This study aims to determine how brand ambassador, trust, website quality and vendor reputation influence online purchase decisions at Tokopedia Marketplace. This study is a quantitative study with brand ambassador, trust, website quality, vendor reputation and purchase decision as the variable. The population used in this study was collage students at three universities in Purwokerto. The sampling technique used in this study was by purposive sampling method that generated 102 respondents. This study's analysis techniques were descriptive analysis, instrument test, classical assumption test, multiple regression analysis and hypothesis testing. The simultaneous test showed that brand ambassador, trust, website quality and vendor reputation positively and significantly affect purchasing decision. In contrast, vendor reputation has a positive and significant effect on purchasing decision, trust has a positive but not significant on purchasing decision, while brand ambassador and website quality has no effect on purchasing decision.

Keywords: brand ambassador, trust, website quality, vendor reputation, purchase decision

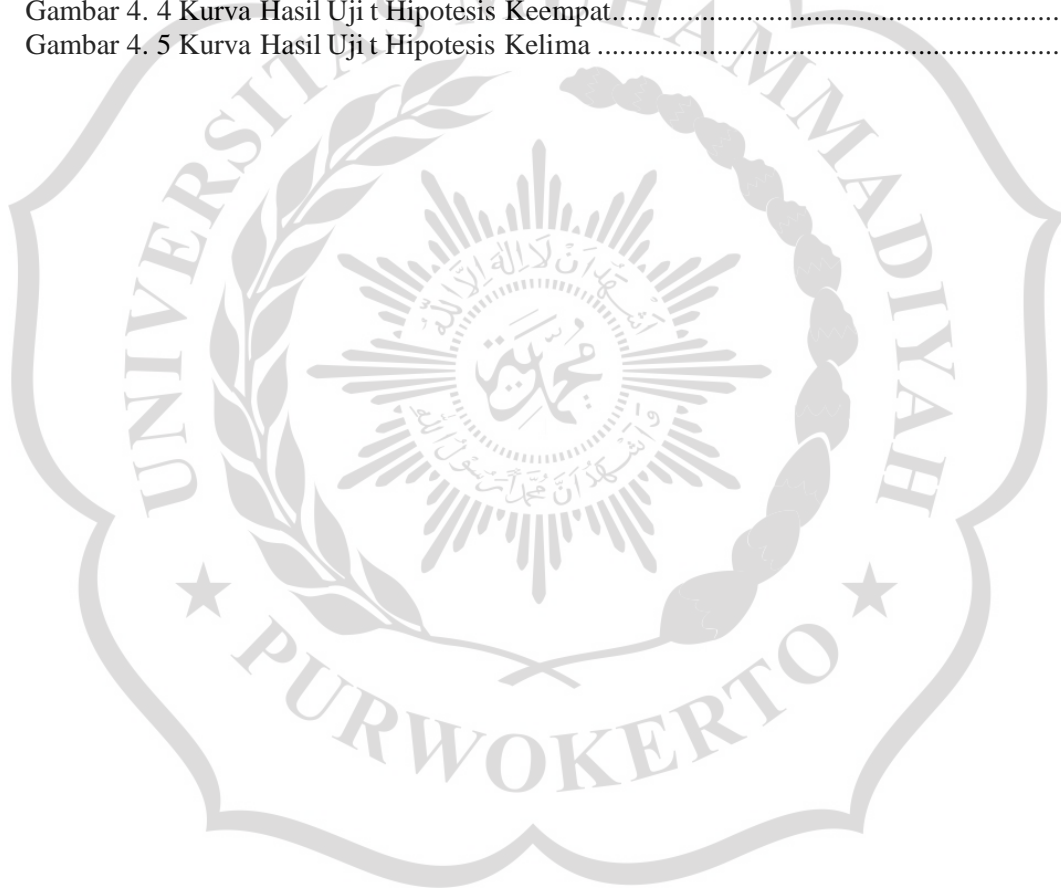
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Pembatasan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	29
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Populasi dan Sampel	41

C. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
D. Variabel Penelitian	44
E. Definisi Operasional.....	45
F. Metode Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Hasil Penelitian.....	59
B. Deskripsi Responden.....	61
C. Analisis Data.....	67
D. Pembahasan.....	91
BAB V PENUTUP.....	100
A. Kesimpulan	100
B. Keterbatasan.....	100
C. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN	107
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	108
Lampiran 2: Data Deskripsi Responden	116
Lampiran 3: Hasil Karakteristik Responden.....	150
Lampiran 4: Data Mentah Kuesioner.....	153
Lampiran 5: Analisis Statistik Deskriptif	167
Lampiran 6: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	170
Lampiran 7: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	183
Lampiran 8: Hasil Analisis Regresi Berganda.....	185
Lampiran 9: Hasil Uji Kecocokan Model	186
Lampiran 10: R Tabel.....	188
Lampiran 11: F Tabel	192
Lampiran 12: t Tabel	196

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3. 1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama.....	53
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	55
Gambar 3. 3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	56
Gambar 3. 4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	57
Gambar 3. 5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima	58
Gambar 4. 1 Kurva Hasil Uji F Hipotesis Pertama.....	86
Gambar 4. 2 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Kedua.....	88
Gambar 4. 3 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Ketiga.....	89
Gambar 4. 4 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Keempat.....	90
Gambar 4. 5 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Kelima	91



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung <i>Marketplace</i> di Indonesia.....	4
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	29
Tabel 3. 1 Proporsi Sampel Acuan Data Tahun 2021.....	43
Tabel 3. 2 Skala Instrumen.....	44
Tabel 3. 3 Definisi Konseptual, Operasional dan Indikator.....	46
Tabel 4. 1 <i>Response Rate</i>	61
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	62
Tabel 4. 3 Usia Responden.....	63
Tabel 4. 4 Perguruan Tinggi Responden.....	63
Tabel 4. 5 Fakultas Responden.....	65
Tabel 4. 6 Uang Saku Per Bulan Responden.....	67
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif <i>Brand Ambassador</i>	68
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Kepercayaan.....	69
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif <i>Website Quality</i>	70
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Reputasi Vendor.....	72
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i>	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Kepercayaan.....	76
Tabel 4. 14 Hasil Validitas <i>Website Quality</i>	76
Tabel 4. 15 Hasil Validitas Reputasi Vendor.....	77
Tabel 4. 16 Hasil Validitas Keputusan Pembelian.....	79
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas.....	79
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4. 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	81
Tabel 4. 21 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	82
Tabel 4. 22 Hasil Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4. 23 Hasil Uji F.....	85
Tabel 4. 24 Hasil Uji Parsial.....	91