

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN
DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* PADA TOKOPEDIA
(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**



SKRIPSI

Dianjurkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

RIZKA NURFATMAWATI

1902010266

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

2023

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN
DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* PADA TOKOPEDIA
(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**



SKRIPSI

Dianjurkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

RIZKA NURFATMAWATI

1902010266

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN
DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* PADA TOKOPEDIA
(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**



SKRIPSI

RIZKA NURFATMAWATI

1902010266

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang telah bertanda tangan di bawah ini:

Pembimbing



Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M.

NIK. 2160122

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Nurfatmawati

NIM : 1902010266

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 17 Januari 2023

Yang membuat pernyataan

Dibubuhi materai Rp. 10.000






Rizka Nurfatmawati

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Rizka Nurfatmawati
NIM : 1902010266
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh *Brand Ambassador*, Kepercayaan dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada 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, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Ketua : Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M. ()
Anggota 1 : Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si ()
Anggota 2 : Purnadi, S.E., M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 17 Januari 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis


Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

MOTO

Tidak akan ada rasa kecewa untuk setiap manusia yang selalu menjaga prasangka baiknya kepada Allah SWT

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” – (QS. Al- Insyirah: 5-6)

"Tanpa ilmu, amal itu tidak ada gunanya. Sedangkan ilmu tanpa amal adalah hal yang sia-sia." – (Abu Bakar Ash-Shiddiq)

“Tidak ada yang tahu apa yang akan terjadi, tapi bekerja keras akan menentukan kemana kita akan pergi” – (Jeon Jungkook)

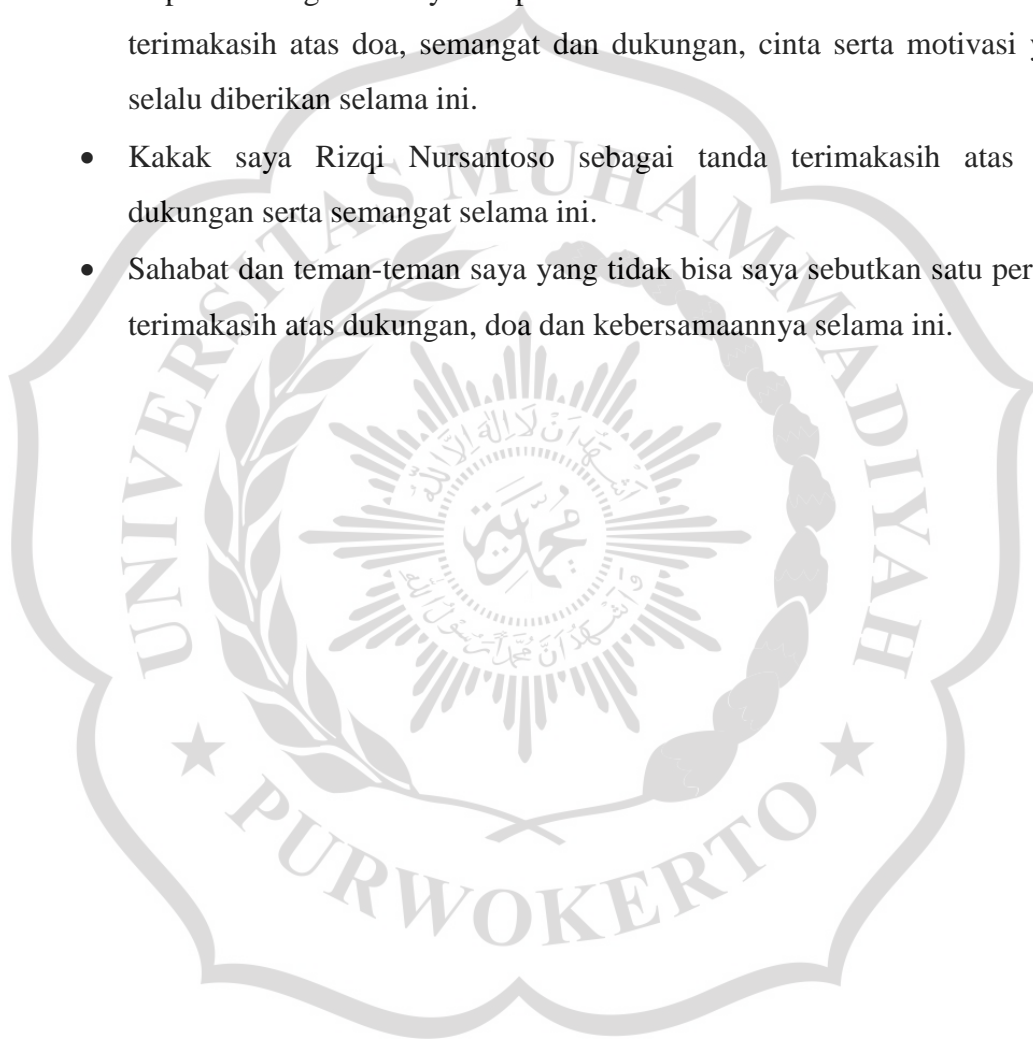
“Never give up on your dreams, no matter how painful and difficult your journey is” – (Lalisa Manoban)

“ Try To Do The Best In Every Chance ” – RNF

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Dengan penuh semangat dan rasa syukur karya ini saya persembahkan untuk:

- Kepada orang tua saya Bapak Budi Santoso dan Ibu Siti Fatimah terimakasih atas doa, semangat dan dukungan, cinta serta motivasi yang selalu diberikan selama ini.
- Kakak saya Rizqi Nursantoso sebagai tanda terimakasih atas doa, dukungan serta semangat selama ini.
- Sahabat dan teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, doa dan kebersamaannya selama ini.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamiin segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkat, rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador*, Kepercayaan dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan sehingga saya mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Skripsi ini berhasil disusun berkat bantuan yang diperoleh dari berbagai pihak, baik bantuan moril maupun materil. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang banyak memberikan rahmat kepada saya melalui kesehatan, kekuatan, semangat dan inspirasi yang membuat saya terus bekerja keras untuk mencapai hasil yang terbaik.
2. Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kp, Ns, M.Kep
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Ketua Program Studi Pendidikan Manajemen Drs. Suyoto, M.Si yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
5. Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku Dosen Penguji I yang selalu memberikan saran sangat membangun sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

7. Purnadi, S.E., M.Si selaku Dosen Penguji II yang selalu memberikan saran sangat membangun sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengajar serta memberikan ilmu dan pengetahuan selama menjadi mahasiswa, serta seluruh staf dan karyawan yang membantu dalam kelancaran proses belajar dan mengajar.
9. Kepada orangtua saya Ibu Siti Fatimah dan Bapak Budi Santoso terimakasih untuk doa restu, kasih sayang, perhatian kesabaran, dukungan semangat, dukungan material dan dukungan moral hingga saat ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembang ilmu.

Purwokerto, 17 Januari 2023

Penulis



Rizka Nurfatmawati

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Nurfatmawati
NIM : 1902010266
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

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

**PENGARUH *BRAND* AMBASSADOR, KEPERCAYAAN
DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* PADA TOKOPEDIA
(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 17 Januari 2023



Rizka Nurfatmawati

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN
DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* PADA TOKOPEDIA
(Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto)**

Rizka Nurfatmawati¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : rizkanurfatmawati2001@gmail.com

Erny Rachmawati²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email: ernyrachmawati67@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador*, kepercayaan dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Purwokerto yang melakukan keputusan pembelian secara online pada Tokopedia. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria didapatkan sebanyak 130 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan *brand ambassador*, kepercayaan dan ulasan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada Tokopedia, sedangkan secara parsial *brand ambassador*, kepercayaan dan ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada Tokopedia.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Kepercayaan, Ulasan Produk, Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR, TRUST AND PRODUCT REVIEWS ON ONLINE PURCHASE DECISIONS AT TOKOPEDIA

Rizka Nurfatmawati¹

Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

rizkanurfatmawati2001@gmail.com

Erny Rachmawati²

Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

ernyrachmawati67@gmail.com

ABSTRACT

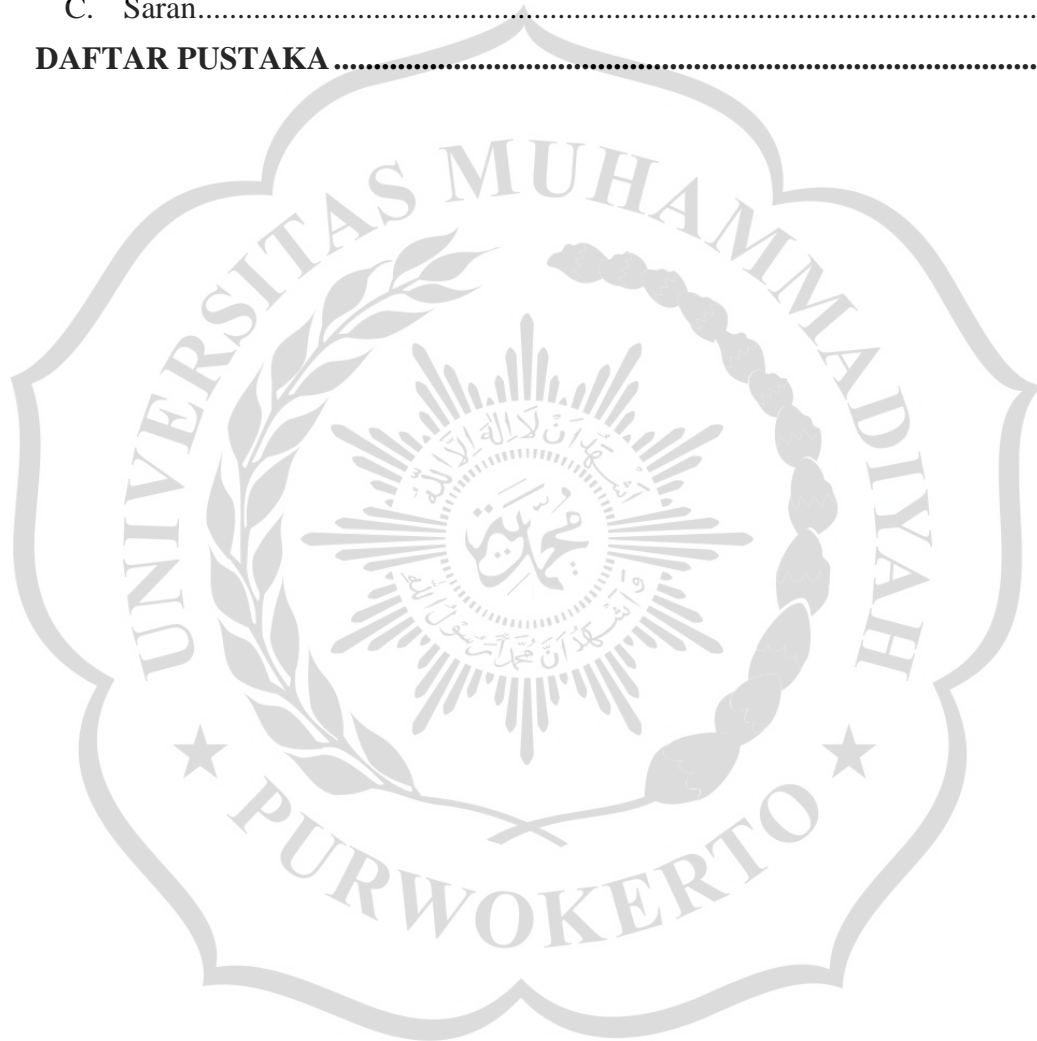
This study aimed to analyze the effect of brand ambassadors, trust, and product reviews on purchasing decisions. This study used a questionnaire as a data collection tool. The population in this study were students in Purwokerto who made purchasing decisions online at Tokopedia. The selection of the sample in this study was carried out by purposive sampling. Based on the criteria, 130 respondents were sampled. The data analysis technique used in this study is multiple regression analysis. The results of the analysis show that simultaneously brand ambassadors, trust, and product reviews have a significant effect on online purchasing decisions at Tokopedia, while partially brand ambassadors, trust, and product reviews have a positive and significant effect on online purchasing decisions at Tokopedia.

Keywords: Brand Ambassador, Trust, Product Reviews, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Pemikiran Hipotesis.....	34
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Populasi dan Sampel	39
C. Metode Pengumpulan Data	43
D. Variabel Penelitian	44
E. Definisi Operasional.....	44
F. Metode Analisis Data.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Hasil Penelitian	58
B. Pembahasan.....	90
BAB V PENUTUP.....	95
A. Simpulan	95
B. Keterbatasan Penelitian.....	96
C. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung <i>E-commerce</i> Indonesia pada Tahun 2022	2
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Sampel Kuesioner	42
Tabel 3. 2 Definisi Konsep, Operasional dan Indikator.....	45
Tabel 3. 3 Indikator dan Item Pernyataan Kuesioner.....	47
Tabel 4. 1 <i>Response Rate</i>	60
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4. 3 Umur Responden.....	62
Tabel 4. 4 Asal Universitas	63
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif <i>Brand Ambassador</i>	64
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Kepercayaan	67
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Ulasan Produk.....	69
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	71
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i>	73
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan	74
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Ulasan Produk.....	75
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	82
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	85
Tabel 4. 20 Hasil Uji t.....	87
Tabel 4. 21 Kesimpulan Hipotesis	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 3. 1 Kurva Uji F Hioptesis Pertama	55
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Hioptesis Kedua	56
Gambar 3. 3 Kurva Uji t Hioptesis Ketiga.....	57
Gambar 3. 4 Kurva Uji t Hioptesis Keempat	58
Gambar 4. 1 Logo Tokopedia	60
Gambar 4. 2 Kurva Hasil Uji F Hipotesis Pertama.....	85
Gambar 4. 3 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Kedua.....	87
Gambar 4. 4 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Ketiga	88
Gambar 4. 5 Kurva Hasil Uji t Hipotesis Keempat.....	89

