

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MARKETPLACE TOKOPEDIA**

**(Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah
Purwokerto)**



**SKRIPSI
MUHAMMAD NIZAR AMARULLAH
1802010194**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MARKETPLACE TOKOPEDIA**

**(Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah
Purwokerto)**



SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

MUHAMMAD NIZAR AMARULLAH

1802010194

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

2024

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MARKETPLACE* TOKOPEDIA

(Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Oleh:

MUHAMMAD NIZAR AMARULLAH

1802010194

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



HERNI JUSTIANA ASTUTI, S.E., M.Si., Ph. D

NIK. 2160183




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Muhammad Nizar Amarullah
NIM : 1802010194
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul laporan : Pengaruh *Brand Ambassador*, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

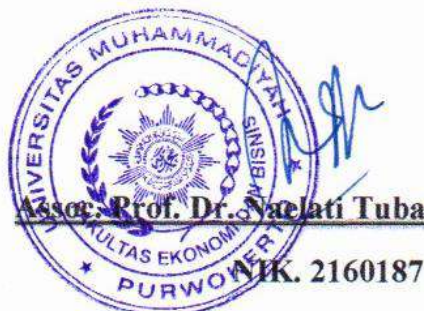
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : HERNI JUSTIANA ASTUTI, S.E., M.Si., Ph.D ()
Anggota 1 : Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D ()
Anggota 2 : Restu Frida Utami, SE., M.Si ()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 16 Agustus 2024

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Asst. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, SE., M.Si

N.P. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Nizar Amarullah
NIM : 1802010194
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

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

Purwokerto, 16 Agustus 2024

Yang Menyatakan



Muhammad Nizar Amarullah

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 : Muhammad Nizar Amarullah
NIM : 1802010194
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

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

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MARKETPLACE* TOKOPEDIA

(Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, 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.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat : Purwokerto

Pada tanggal : 16 Agustus 2024

Yang menyatakan



Muhammad Nizar Amarullah

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmu lah engkau berharap”.

(Q.S An-Insyirah Ayat 6-8)

”Jika kamu mencari satu orang yang akan mengubah hidupmu, maka lihatlah di cermin”

(Muhammad Nizar Amarullah)

“Terus bangkit walau itu sulit dan terus berjalan walau harus pelan”

(Muhammad Nizar Amarullah)

PERSEMBAHAN



Kupersembahkan skripsi ini kepada:

- ❖ Kedua orang tua saya Alm.Bp Nur Chamali dan Ibu Nur Laela Hikmahwati, terima kasih atas setiap lantunan do'a, harapan, kasih sayang serta berbagai dukungan yang diberikan, semoga Allah SWT membalas dan memberkahi segalanya.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah S.W.T, karena atas berkat dan Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi Ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari awal perkuliahan sampai pada penulisan skripsi ini, sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Assoc. Prof Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada penulis;
3. Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada penulis;
4. Assoc. Prof. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing akademik yang selalu membimbing penulis;
5. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini;

6. Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D selaku Dosen Penguji I yang selalu memberikan kritik dan saran terhadap skripsi penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
7. Restu Frida Utami, SE., M.Si selaku Dosen Penguji II yang selalu memberikan kritik dan saran terhadap skripsi penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
8. Bapak/Ibu Dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh studi serta seluruh bantuan dalam bentuk sarana dan prasarana yang telah diberikan kepada penulis.
9. Kepada kedua orang tua saya Alm. Bapak Nur Chamali dan Ibu Nur Laela Hikmahwati, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, berjuang untuk kebahagiaan saya dan memberi dukungan sehingga saya mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
10. Kepada kakak perempuan saya Rizki Nurul Awaliyah, terimakasih telah berjuang untuk saya agar tetap berjalan sehingga saya bisa menyelesaikan studinya, terimakasih untuk semuanya yang telah engkau berikan untuk saya
11. Kepada adik perempuan saya Nurul Aulia Fitri, adik laki-laki saya Zidan Rizqi Bakhtiar serta Solikhun Azwar, terimakasih atas dukungan serta do'a yang selalu diberikan kepada saya sehingga mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
12. Teruntuk teman-teman kuliah yang membantu saya Adit, Chanafi dan Selo terimakasih karena telah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.

13. Teruntuk sahabat rumah saya yang selalu memberikan dukungan dan yang telah menemani saya selama kuliah.
14. Kepada teman seperjuangan serta teman terbaik semasa kuliah penulis “Syahrul dan Chanafi” yang selalu ada dalam kondisi senang maupun duka, yang selalu berbagi keluh kesah dan berbagi kebahagiaan. Terimakasih karena sudah menemani saya sampai sekarang.
15. Kepada keluarga besar saya, terimakasih atas dukungan dan do’a yang selalu diberikan agar saya bisa menyelesaikan studinya sampai sarjana.
16. Terimakasih untuk semua teman-teman Manajemen angkatan 2018 dan 2019 yang semasa kuliah membantu saya dalam kegiatan perkuliahan. Semoga diberikan kesuksesan selalu dan dibalas kebaikannya oleh Allah SWT.
17. Terimakasih saya ucapkan teruntuk orang yang sudah menemani dan memberi pengalaman dan pembelajaran tentang kehidupan baik senang, sedih, duka, dan tawa. Saya bersyukur pernah bertemu, semoga selalu bahagia, semua do’aku yang terbaik untuk kita semua.
18. Terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah memberikan bantuan, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan.

Purwokerto, 16 Agustus 2024

Penulis

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN DAN
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MARKETPLACE*
TOKOPEDIA**

(Studi Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Muhammad Nizar Amarullah¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: Amarullahnizar7@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: Hernitugas86@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador*, kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 109 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand ambassador*, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, kemudian *brand ambassador* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *brand ambassador*, kepercayaan, kemudahan, keputusan pembelian

***THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR, TRUST AND EASINESS ON
PURCHASE DECISION MARKETPLACE TOKOPEDIA***

(Study on Student at Muhammadiyah University of Purwokerto)

Muhammad Nizar Amarullah¹

The Faculty of Economic and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: Amarullahnizar7@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

The Faculty of Economic and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: Hernitugas86@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand ambassador, trust and easiness towards purchasing decisions. The sample selection in this study was carried out by purposive sampling. Based on the criteria, there were 109 respondents who became the sample. The data analysis techniques used in this research are instrument test, descriptive statistics, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results of the analysis show that brand ambassador, trust and easiness simultaneously influence on purchasing decisions, then brand ambassador doesn't influence on purchasing decisions, trust doesn't influence on purchasing decisions, while easiness have positive effect and significant on purchasing decisions.

Keywords: brand ambassador, trust, easiness, purchase decision

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
Perilaku Konsumen.....	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Kemudahan	13
3. <i>Brand Ambassador</i>	15
4. Kepercayaan.....	17
B. Hasil Penelitian Terdahulu	19

C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
1. Populasi.....	32
2. Sampel	33
3. Teknik <i>Sampling</i>	34
C. Metode Pengumpulan Data.....	35
D. Variabel Penelitian	36
E. Definisi Operasional	37
F. Metode Analisis Data.....	38
1. Statistik Deskriptif	38
2. Uji Instrumen	39
3. Uji Asumsi Klasik.....	39
4. Analisis Regresi Linier Berganda	41
5. Uji Kecocokan Model.....	42
6. Uji Hipotesis t.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Hasil Penelitian.....	48
1. Gambaran Umum Tokopedia.....	48
2. <i>Response Rate</i>	49
3. Gambaran Umum Responden.....	50
4. Statistik Deskriptif	54
5. Uji Instrumen	61
6. Uji Asumsi Klasik.....	65
7. Analisis Regresi Linier Berganda	68
8. Uji Kecocokan Model.....	69
9. Uji Hipotesis	70
10. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	73
B. Pembahasan	75

BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Keterbatasan Penelitian.....	79
C. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 5 <i>E-Commerce</i> dengan kunjungan situs terbanyak di Indonesia	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto.....	33
Tabel 3.2 Rencana Penyebaran Kuesioner.....	35
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4.1 <i>Response rate</i>	50
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	51
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas	52
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku.....	54
Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	55
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif Kepercayaan (X2).....	56
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif Kemudahan (X3)	58
Tabel 4.9 Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> (X1)	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2)	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kemudahan (X3).....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolonieritas	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	69
Tabel 4.20 Hasil uji F.....	70
Tabel 4.21 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kurva uji F hipotesis pertama	43
Gambar 3.2 Kurva uji t hipotesis kedua.....	45
Gambar 3.3 Kurva uji t hipotesis ketiga	46
Gambar 3.4 Kurva uji t hipotesis keempat.....	47
Gambar 4.1 Hasil Kurva uji F hipotesis pertama	71
Gambar 4.2 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	72
Gambar 4.3 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	72
Gambar 4.4 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2: Data Responden.....	95
Lampiran 3: Tabulasi penelitian.....	101
Lampiran 4: Distribusi Frekuensi.....	114
Lampiran 5: Analisis statistik deskriptif	116
Lampiran 6: Uji Validitas	118
Lampiran 7: Uji Reliabilitas.....	121
Lampiran 8: Uji Asumsi Klasik	122
Lampiran 9: Analisis Regresi Linier Berganda & Uji t	123
Lampiran 10: Uji Kecocokan Model.....	124
Lampiran 11: r Tabel.....	125
Lampiran 12: Chi Square Tabel	127
Lampiran 13: F Tabel.....	128
Lampiran 14: t Tabel.....	130
Lampiran 15: Surat Keterangan Lolos Turnitin	132
Lampiran 16: Hasil Turnitin.....	133