

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *BRAND AMBASADOR*
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BRAND ERIGO DI *E-COMMERCE SHOPEE*
(Studi Pada Masyarakat Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**Liana Wahyu Ningsih
2002010113**

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

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *BRAND AMBASADOR*
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BRAND ERIGO DI E-COMMERCE SHOPEE
(Studi Pada Masyarakat Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**Liana Wahyu Ningsih
2002010113**

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

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *BRAND AMBASADOR*
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BRAND ERIGO DI *E-COMMERCE SHOPEE*
(Studi Pada Masyarakat Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

**Liana Wahyu Ningsih
2002010113**

Diterima dan disetujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Tri Septin Muji Rahayu', is written over the name of the supervisor.

**Assoc. Prof. Dra. Tri Septin Muji Rahayu , M.Si.
NIK. 2160128**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh ;

Nama : Liana Wahyu Ningsih
NIM : 2002010113
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh *Online Customer Review*, *Brand Ambassador* dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian *Brand Erigo* Di *E-Commerce Shopee* (Studi Pada Masyarakat Purwokerto).

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

DEWAN PENGUJI

Ketua : Assoc.. Prof. Dra. Tri Septin Muji Rahayu , M.Si.
Anggota 1 : Dr. Rr. Dian Widyaningtyas, S.E., MBA
Anggota 2 : Irawan Randikaparsa, S.E., MBA
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 9 Agustus 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Liana Wahyu Ningsih
NIM : 2002010113
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhamadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya 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 dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 9 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Liana Wahyu Ningsih

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagian civitas akademika Universitas Muhamadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Liana Wahyu Ningsih
NIM : 2002010113
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhamadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-free Right*) kepada Universitas Muhamadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh *Online Customer Review*, *Brand Ambassador* dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian *Brand Erigo* Di *E-Commerce Shopee* (Studi Pada Masyarakat Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhamadiyah Purwokerto berhak menyimpan, menyalin media/mengalih formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pecipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 9 Agustus 2024

Menyatakan,



Liana Wahyu Ningsih

MOTTO


"Knowledge is power, embrace the journey"

"Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan
menguji kekuatan akarnya"

(Ali bin Abi Thalib)

"Jangan terlena dengan DEADLINE yang MASIH LAMA"

PERSEMBAHAN



*Kupersembahkan skripsi ini kepada:
Ayah dan ibu tercinta (Ayah Kasid dan Ibu Musripah) sebagai salah satu tanda cinta, sayang,
bakti, dan terimakasih yang tiada terhingga atas doa yang terpanjat, cinta, dan kasih sayang,
serta keringat kerja keras dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
Tak lupa juga kepada Kakak dan Adik tersayang (M. Edwin Syahdan dan Dewy Kartika Sari)
sebagai tanda terima kasih atas doa, dukungan, dan motivasi selama ini. Semoga Allah SWT
senantiasa selalu melindungi dan memberi keberkahan kepada kita. Aamiin*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Online customer review, brand ambassador*, nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian *brand erigo* di *e-commerce shopee* (Studi Pada Masyarakat Purwokerto)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik dukungan moral maupun material. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusinya dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang saya hormati:

- 1) Allah SWT yang telah banyak memberikan rahmat kepada saya melalui kesehatan, semangat, dan inspirasi yang membuat saya terus bekerja keras untuk mencapai hasil yang terbaik.
- 2) Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- 3) Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
- 4) Drs. Suyoto, M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah memberikan berbagai informasi dan masukan selama

perkuliahan hingga sekarang ini, serta bimbingan tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.

- 5) Assoc. Prof Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berguna kepada saya selama penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
- 6) Dr. Rr. Dian Widyaningtyas, S.E., MBA selaku Dosen Penguji 1 saya yang telah memberikan pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana manajemen.
- 7) Irawan Randikaparsa, S.E., MBA selaku Dosen Penguji 2 saya yang telah memberikan pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana manajemen.
- 8) Bapak/Ibu dosen seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
- 9) Seluruh responden Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang sudah membantu dalam penelitian saya.
- 10) Kedua orang tua saya, Bapak saya Abdul Kasid dan Ibu Musripah Terimakasih atas segala doa, dukungan moral maupun materiil, kasih sayang, nasihat, dan motivasi yang selalu dilimpahkan sehingga saya selalu semangat dan optimis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
- 11) Kakak saya, Muhammad Edwin Syahdan dan Dewi Kartika Sari. Terimakasih sudah menjadi kakak saya yang memberikan arahan, panutan ilmu dan agama, motivasi, serta semangat sehingga saya menjadi pribadi yang lebih baik lagi
- 12) Sahabat – sahabat pejuang skripsi Lilis dan Erlyn, yang sudah mau mendengarkan segala cerita, memberikan bantuan, motivasi, semangat, canda tawa selama masa perkuliahan ini.

13) Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Akhir kata saya menyadari bahwa hasil penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Saya menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan dalam skripsi ini. Namun, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Waasalamualaikum warahmatullahi Wabarakatuh

Purwokerto, 9 Agustus 2024

Penulis



Liana Wahyu Ningsih

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *BRAND AMBASADOR* DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND ERIGO* DI *E-
COMMERCE SHOPEE*
(Studi Pada Masyarakat Kota Purwokerto)**

Oleh:
Liana Wahyu Ningsih¹
(Email : lianawahyuningsih00000@gmail.com)

Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si.²
(Email : triseptinsaminggun@gmail.com)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

ABSTRAK

Berkembangnya tren penggunaan internet semakin cepat diiringi dengan perkembangan dunia digital 4.0 peran internet sangat penting dalam perubahan gaya hidup masyarakat dalam berbelanja online dan persaingan bisnis yang semakin ketat bagi perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *online customer review*, *brand ambassador* dan nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian brand erigo di *e-commerce* shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode kuesioner (survei) yang disebarluaskan melalui *google formulir* kepada 97 responden masyarakat Purwokerto yang pernah membeli produk *brand* Erigo secara *online* di *e-commerce* Shopee dengan *Accidental sampling*. Data yang terkumpul diolah menggunakan SPSS versi 25. Metode analisis melalui uji instrumen, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *online customer review* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Online Customer Review*, *Brand Ambassador*, Nilai Pelanggan, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS, BRAND AMBASSADOR AND CUSTOMER VALUE ON ERIGO BRAND PURCHASE DECISIONS IN E-COMMERCE SHOPEE

(Study on Purwokerto City Community)

By:

Liana Wahyu Ningsih¹

Email : lianawahyuningsih00000@gmail.com

Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.si²

Email : triseptinsaminggun@gmail.com

faculty of Economics and Business

Muhammadiyah University Purwokerto

Abstract

The growing trend of internet use is increasingly rapid, accompanied by the development of the digital world 4.0, the role of the internet is very important in changes in people's lifestyles in online shopping and increasingly fierce business competition for companies. The aim of this research is to analyze the influence of online customer reviews, brand ambassadors and customer values on purchasing decisions for the Erigo brand on Shopee e-commerce. This research uses a quantitative method with a questionnaire (survey) method which was distributed via Google form to 97 respondents from the Purwokerto community who had purchased Erigo brand products online at Shopee e-commerce using accidental sampling. The collected data was processed using SPSS version 25. The analysis method was through instrument testing, classical assumption testing, and multiple linear regression analysis. The results of the regression analysis showed that online customer reviews had no effect on purchasing decisions, brand ambassadors had a positive and significant effect on purchasing decisions, value customers have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Online Customer Review, Brand Ambassador, Customer Value, Purchasing Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xii
Abstract	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Hasil Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
C. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
D. Variabel Penelitian	39
E. Operasional Variabel.....	40
F. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian	50
B. Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP.....	78

A. KESIMPULAN	78
B. KETERBATASAN PENELITIAN	78
C. SARAN	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	85



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Brand</i> Terlaris di <i>E-Commerce</i> Shopee	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Erigo Dari <i>E-Commerce</i> Shopee	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2 Skala Likert	36
Tabel 3.3 Kriteria Tanggapan Responden.....	36
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefesien Korelasi	40
Tabel 4.1 Tabel 4.1 <i>Response rate</i>	51
Tabel 4.2 karakteristik Responden jenis kelamin.....	51
Tabel 4. 3 katakteristik Responden Umur	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden.....	53
Tabel 4.5 Karakteristik Responden pekerjaan	54
Tabel 4.6 Produk Responden.....	54
Tabel 4.7 Statistic Deskriptif Keputusan Pembelian	54
Tabel 4. 8 Statistic Deskriptif <i>Online Customer review</i> (X1).....	56
Tabel 4. 9 Statistic Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> (X2)	58
Tabel 4. 10 Statistic Deskriptif Nilai pelanggan (X3)	59
Tabel 4. 11 Hasil uji validitas keputusan pembelian (Y).....	61
Tabel 4. 12 Hasil uji validitas online customer review	62
Tabel 4. 13 Hasil uji validitas brand ambassador	62
Tabel 4. 14 Hasil uji validitas nilai pelanggan	63
Tabel 4. 15 Hasil uji reabilitas.....	64
Tabel 4. 16 Hasil uji normalitas.....	66
Tabel 4. 17 Hail uji multikolineritas.....	66

Tabel 4. 18 Hasil uji heterokedastisitas	67
Tabel 4. 19 Hasil uji analisis regresi linier berganda.....	68
Tabel 4. 20 Hasil uji koefisien determinasi	69
Tabel 4. 21 Hasil uji F	70
Tabel 4. 22 Hasil uji T	71
Tabel 4. 23 Rekapitulasi data penelitian.....	74



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengujung <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	1
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3.1 Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	43
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis Kedua	43
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga	44

