

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, IKLAN DAN
KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *MARKETPLACE* TOKOPEDIA**

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



SKRIPSI

SYAHRUL MAULANA KHADAFI

1802010340

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2025**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, IKLAN DAN
KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *MARKETPLACE* TOKOPEDIA**

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



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen S-1

SYAHRUL MAULANA KHADAFI

1802010340

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, IKLAN DAN KELOMPOK
REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MARKETPLACE*
TOKOPEDIA

(Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

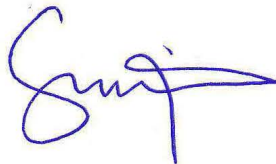
Oleh:

SYAHRUL MAULANA KHADAFI

1802010340

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



Dra Tri Septin Muji Rahayu, M.Si

NIK. 2160128




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Syahrul Maulana Khadafi
NIM : 1802010340
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul laporan : **Pengaruh *Brand Ambassador*, Iklan, dan Kelompok Referensi 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 : Dra. Tri Septin Muji Rahayu SE., M.Si ()
Anggota 1 : Dr. Rr. Dian Widyaningtyas, S.E, MBA. ()
Anggota 2 : Alfato Yusnar Kharismasyah, SE., M.Si ()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 17 Januari 2025

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Saefat Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syahrul Maulana Khadafi

NIM : 1802010340

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua baik yang dikutip maupun dirujuk 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, 17 Januari 2025

Yang Menyatakan



Syahrul Maulana Khadafi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Syahrul Maulana Khadafi
NIM : 1802010340
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, Iklan, dan Kelompok Referensi 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 : 17 Januari 2025

Yang menyatakan



Syahrul Maulana Khadafi

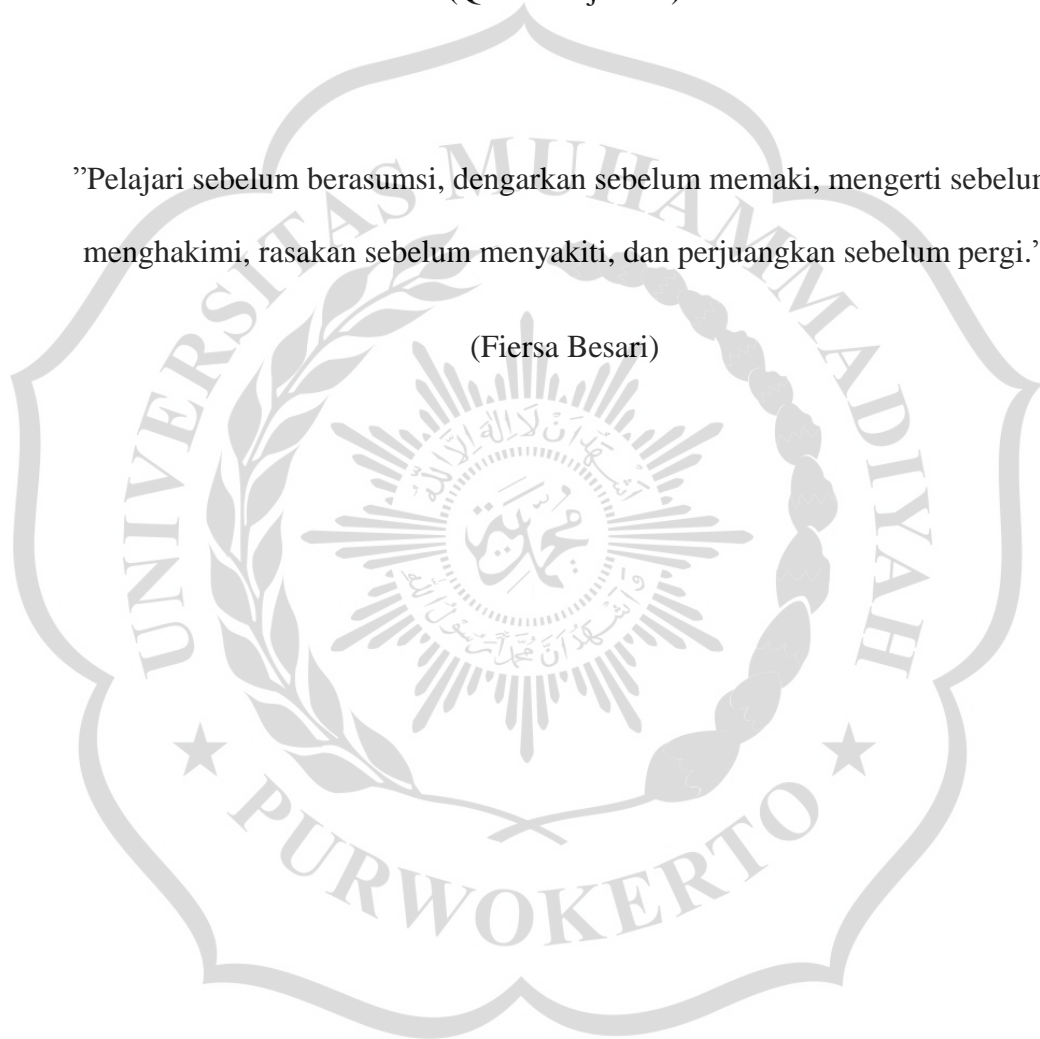
MOTTO

“Dan sesungguhnya Dialah yang menjadikan orang tertawa dan menangis”

(Qs An-Najm: 43)

”Pelajari sebelum berasumsi, dengarkan sebelum memaki, mengerti sebelum menghakimi, rasakan sebelum menyakiti, dan perjuangkan sebelum pergi.”

(Fiersa Besari)



PERSEMBAHAN



Kupersembahkan Skripsi ini kepada:

- ❖ Saya ucapkan banyak terimakasih atas semua yang Bapak dan Ibu berikan selama perjalanan hidup saya sampai sekarang. Kalimat terima kasih ini saja pun tidak akan pernah bisa menggambarkan kebaikan dari Bapak dan Ibu. Semua doa, usaha, jerih payah, dan pengorbanan yang diberikan tak pernah akan aku lupakan. Kalian adalah sosok paling sempurna yang Allah SWT hadirkan dalam hidupku. Terima kasih Bapak yang sangat menyayangi dan selalu mengusahakan untuk menjaga senyum di keluarga. Terima kasih Ibu yang selalu percaya dan memberikan do'a restu di setiap langkah anakmu ini. Semua do'a terbaik untuk kalian berdua. Aku sayang

Ibu dan Bapak.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena Berkat dan Rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini secara tepat waktu. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak akan sulit bagi saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Jebul Suroso, S. Kp., Ns., M. Kep selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
2. Ibu Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
3. Bapak Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
4. Bapak M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing akademik yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan segala bantuan dalam bentuk layanan informasi dan fasilitas selama menjalani proses perkuliahan.
5. Dra Tri Septin Muji Rahayu, M.Si selaku Dosen Pembimbing saya yang telah memberikan berbagai informasi, bimbingan tata laksana penyusunan skripsi, waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi;

6. Ibu Dr. Rr. Dian Widyaningtyas, S.E, MBA.selaku Penguji I yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
7. Bapak Alfato Yusnar Kharismasyah, SE., M.Si selaku Penguji II yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
8. Bapak, Ibu Dosen beserta seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;
9. Kedua orang tua, Bapak Edi Burhanudin dan Ibu Sri Purwaningsih serta Adik saya Syah Dewa dan M.Ragil Burhanudin yang selalu memberikan do'a dan dukungan penuh kepada saya baik material maupun moral, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini diwaktu yang tepat;
10. Sahabat-sahabat saya, Nadia Azzah Aulia Salsabila, *member group* Bantay Leher, serta teman – teman saya Manajemen S-1 Angkatan 2018 karena telah membantu, memberi masukan, semangat, dukungan serta selalu mendengarkan keluh kesah saya selama mengerjakan skripsi;
11. Teman-teman Manajemen S-1 angkatan 2018 khususnya Manajemen G yang telah memberikan cerita dan kisah baru yang luar biasa selama masa perkuliahan;
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Purwokerto, 17 Januari 2024



PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, IKLAN DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MARKETPLACE* TOKOPEDIA

(Studi Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Syahrul Maulana Khadafi¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: aku.arul10@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel *brand ambassador*, iklan dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa/i yang pernah melakukan pembelian produk di *marketplace* Tokopedia. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan jumlah sampel sebanyak 101 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, iklan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *brand ambassador*, iklan, kelompok referensi, keputusan pembelian

***THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR, ADVERTISEMENT AND
REFERENCE GROUP TOWARDS PURCHASE DECISION
MARKETPLACE TOKOPEDIA***

(Study on Student at Muhammadiyah Purwokerto University)

Syahrul Maulana Khadafi¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail aku.arul10@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²

Fakultas Eonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: Triseptinsamingun@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand ambassador, advertisement and reference group towards purchasing decisions on marketplace Tokopedia. This research was using quantitative research. This population in this research are student on Faculty of Economic and Business at Muhammadiyah Purwokerto University. Sample in this research are student who have been purchased product at marketplace Tokopedia. Based on the criteria, there were 101 respondents who became the sample. The results of the analysis show that brand ambassador have positive effect and significant on purchasing decisions, advertisement have positive effect and not significant on purchasing decisions, and reference group have positive effect and significant on purchasing decisions

Keywords Brand ambassador, advertisement, reference group, 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	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Perilaku Konsumen.....	10
2. Keputusan Pembelian	11
3. <i>Brand Ambassador</i>	13
4. Iklan	14
5. Kelompok Referensi	15
B. Hasil Penelitian Terdahulu	17

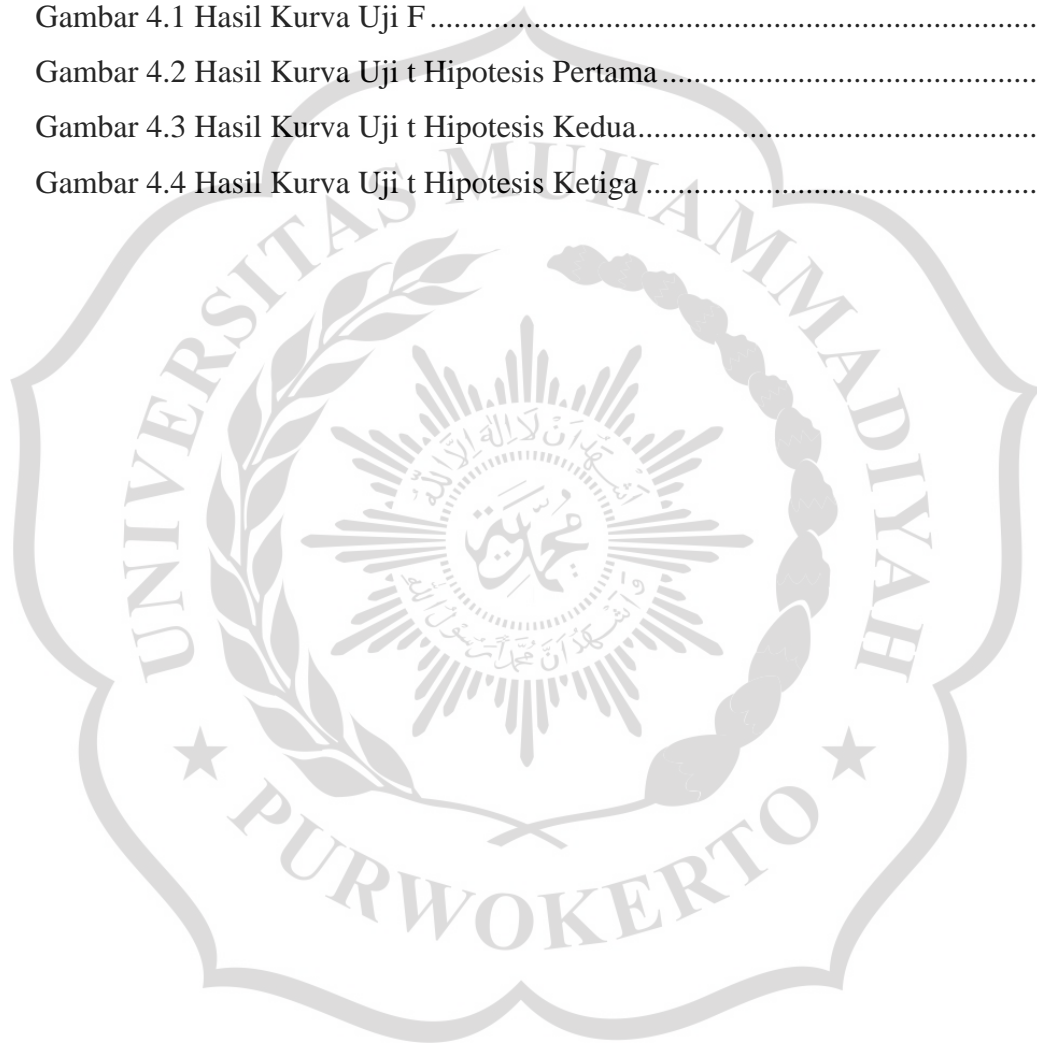
C. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
1. Populasi.....	29
2. Sampel	30
C. Metode Pengumpulan Data.....	32
D. Variabel Penelitian	33
E. Definisi Operasional	33
F. Metode Analisis Data.....	35
1. Statistik Deskriptif.....	35
2. Uji Instrumen	35
3. Uji Asumsi Klasik.....	36
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
5. Uji Kecocokan Model.....	38
6. Uji Hipotesis t	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian.....	44
1. Gambaran Umum Tokopedia.....	44
2. <i>Response Rate</i>	44
3. Gambaran Umum Responden.....	45
4. Statistik Deskriptif.....	49
5. Uji Instrumen	57
6. Uji Asumsi Klasik.....	61
7. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
8. Uji Kecocokan Model.....	65
9. Uji Hipotesis t	67
10. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	70
B. Pembahasan	70
1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	71
2. Pengaruh Iklan terhadap keputusan pembelian	72
3. Pengaruh Kelompok Referensi terhadap keputusan pembelian	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Situs Jual Beli Online di Indonesia Fase 2 2019-2023 2	
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Purwokerto.....	30
Tabel 3.2 Rencana Pembagian Responden	31
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	45
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	47
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi	47
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku.....	48
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian Produk.....	49
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	49
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif Iklan (X2)	51
Tabel 4.9 Analisis Statistik Deskriptif Kelompok Referensi (X3)	53
Tabel 4.10 Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Iklan (X2).....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kelompok Referensi (X3).....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolonieritas	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	65
Tabel 4.21 Hasil uji F.....	66
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis t.....	67
Tabel 4.23 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	40
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Pertama	41
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	42
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	43
Gambar 4.1 Hasil Kurva Uji F	67
Gambar 4.2 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Pertama	68
Gambar 4.3 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	69
Gambar 4.4 Hasil Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2: Deskripsi Responden.....	92
Lampiran 3: Tabulasi Penelitian	97
Lampiran 4: Distribusi Frekuensi.....	108
Lampiran 5: Analisis Statistik Deskriptif.....	110
Lampiran 6: Uji Validitas	112
Lampiran 7: Uji Reliabilitas.....	116
Lampiran 8: Uji Asumsi Klasik.....	117
Lampiran 9: Uji Kecocokan Model.....	119
Lampiran 10: Analisis Regresi Linier Berganda & Uji Hipotesis t.....	120
Lampiran 11: R Tabel.....	121
Lampiran 12: F Tabel.....	123
Lampiran 13: t Tabel.....	125
Lampiran 14: Surat Pernyataan Lolos Turnitin.....	127
Lampiran 15: Hasil Turnitin.....	128