

**PENGARUH DUTA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA (STUDI KASUS
PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)**

SKRIPSI

**Oleh:
Rival Aria Putra
201710325271**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Duta Merek, Kepercayaan, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Tokopedia (Studi Kasus Pengguna *E-Commerce* Tokopedia Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Rival Aria Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325271

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Ujian Skripsi : 7 Juli 2021

Jakarta, 21 Juli 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing



Matdio Siahaan, S.E., M.M
NIDN 0413047002

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Duta Merek, Kepercayaan, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Tokopedia (Studi Kasus Pengguna *E-Commerce* Tokopedia Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Rival Aria Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325271

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Ujian Skripsi : 7 Juli 2021

Jakarta, 21 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

Anggota Penguji I : Matdio Siahaan, S.E., M.M
NIDN : 0413047002

Anggota Penguji II : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN : 0319067606

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Duta Merek, Kepercayaan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna *E- Commerce* Tokopedia Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Ini adalah benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai refrensi yang dimana sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 15 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Rival Aria Putra

201710325271

ABSTRAK

Rival Aria Putra, 201710325271. Pengaruh Duta Merek, Kepercayaan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna *E- Commerce* Tokopedia Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh duta merek, kepercayaan dan iklan terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Tokopedia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana objek yang di gunakan merupakan Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ubhara Jaya pengguna *E-commerce* Tokopedia. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan non probability sampling dengan metode purposive sampling. Dan adapun jumlah sampel minimum yang digunakan adalah 93, tetapi setelah dilakukan penyebaran kuesioner secara online telah di dapatkan sampel sebanyak 112 dan yang masuk kedalam kriteria untuk penelitian lalu sudah ditentukan untuk penelitian sejumlah 93 sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda yang diolah menggunakan IBM SPSS Statistic V23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Secara parsial duta merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Tokopedia, (2) secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Tokopedia, (3) secara parsial iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Tokopedia.

Kata Kunci : Duta Merek, Kepercayaan, Iklan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Rival Aria Putra, 201710325271. *The Influence of Brand Ambassadors, Trust and Advertising on Purchasing Decisions in Tokopedia E-commerce (Case Study of Tokopedia E-commerce Users at the Faculty of Economics and Business, Bhayangkara University, Jakarta Raya).*

This study is intended to determine the effect of brand ambassadors, trust and advertising on purchasing decisions on Tokopedia E-commerce. This research is a quantitative study in which the object used is the Management Study Program Student, Faculty of Economics and Business, Ubhara Jaya, Tokopedia E-commerce users. And as for the minimum sample size used was 96, but after distributing the questionnaire online, a total of 112 samples were obtained and those that were included in the criteria for research were then used for research totaling 93 samples. The data analysis technique used is multiple regression processed using IBM SPSS Statistic V23.

The results of this study indicate that: (1) Partially brand ambassadors have no positive and significant effect on purchasing decisions on Tokopedia E-commerce, (2) partially trust has a positive and significant effect on purchasing decisions on Tokopedia E-commerce, (3) partial advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions on E-commerce Tokopedia.

Keywords: Brand Ambassador, Trust, Advertising and Purchase

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan seluruh rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Duta Merek, Kepercayaan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna *E- Commerce* Tokopedia Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari doa dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr. Istianingsih, M.S.Ak., C.A., CSRA., CACP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M. selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan maupun motivasi kepada penulis selama perkuliahan.
5. Matdio Siahaan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan, motivasi, pengalaman serta waktunya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya Tarma Wijaya Saputra dan Iar Rahmayanti serta adik saya Rifa Alifia Larasati yang selalu sabar, sayang dan pengertian dalam memberikan dukungan baik dalam doa, motivasi maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman seperjuangan skripsi, Irvan Rizky Fauzi, Reza Daniel, Fitri Hasan Lubis, Lika Lusi Yanti, Marshella Mileniawati, Amelia Permana Putri,

Syaeful Prayoga, Erin Mefiana, Hafifah Isrowati dan Nola Delian yang selalu saling membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman - teman “Keluarga Tersayang”, Raditio perdana, Yoga Aditya, Rizky Fadilah dan Rizki Prastio yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama melakukan penyusunan skripsi ini.
9. Ahmad Ferdiansyah, S.M., Ega Pratiwi, S.M., dan Dewi Sri Aningsih, S.M. yang telah memberikan pengalamannya serta membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman kelas manajemen A8 dan angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu membantu dan memberikan dukungan kepada penulis selama penyusunan dan perkuliahan.
11. BEM & HIMA Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu membantu dan memberikan dukungan kepada penulis selama perkuliahan sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh responden dan pihak yang telah membantu serta meluangkan waktunya untuk penulis sehingga bisa terselesaikan penulisan skripsi ini.

Sebagai penutup, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca serta pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 14 Juli 2021

Penulis

Rival Aria Putra

201710325271

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah.....	9
1.6 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian	10
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	12
2.2 Duta Merek.....	12
2.2.1 Pengertian Duta Merek	12
2.2.2 Indikator Duta Merek.....	13

2.3	Kepercayaan	13
2.3.1	Pengertian Kepercayaan.....	13
2.3.2	Indikator Kepercayaan.....	14
2.4	Iklan	15
2.4.1	Pengertian Iklan.....	15
2.4.2	Indikator Iklan	16
2.5	Hipotesis.....	16
2.6	Kerangka Berpikir	17
2.7	Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		23
3.1	Desain Penelitian	23
3.2	Tahapan Penelitian.....	23
3.3	Model Konseptual Penelitian	24
3.4	Variabel Penelitian.....	25
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian	27
3.6	Metode Pengambilan Populasi dan Sampel	27
3.6.1	Populasi.....	27
3.6.2	Sampel.....	28
3.6.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.6.4	Teknik Penentuan Jumlah Sampel.....	28
3.7	Jumlah Responden	29
3.8	Jenis dan Sumber Data.....	29
3.9	Teknik Pengumpulan Data	30
3.10	Uji Instrumen Penelitian	31
3.10.1	Uji Validitas	31
3.10.2	Uji Realibilitas.....	31

3.11 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.11.1 Uji Normalitas	32
3.11.2 Uji Multikoleritas	32
3.11.3 Uji Heteroskedastisitas.....	32
3.12 Regresi Linear Berganda.....	33
3.13 Uji Hipotesis.....	33
3.13.1 Uji Parsial (Uji t)	33
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Profil Perusahaan.....	34
4.1.2 Sejarah Tokopedia	34
4.1.3 Visi, Misi Tokopedia.....	35
4.2 Hasil Penelitian.....	35
4.2.1 Deskripsi Data	35
4.2.3 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	36
4.3 Analisis Deskriptif Responden.....	36
4.3 Uji Kualitas Data	41
4.3.1 Uji Validitas	41
4.3.2 Uji Realibilitas.....	44
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.1 Uji Normalitas	44
4.4.2 Uji Multikolienaritas.....	45
4.4.3 Uji Heterokedasitas.....	46
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	47
4.6 Uji Hipotesis.....	48
4.6.1 Uji t.....	48
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	50

4.7.1	Pengaruh Duta Merek terhadap Keputusan Pembelian	50
4.7.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	50
4.7.3	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
BAB V PENUTUP		52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Implikasi Manajerial	52
DAFTAR PUSTAKA		55
LAMPIRAN		59

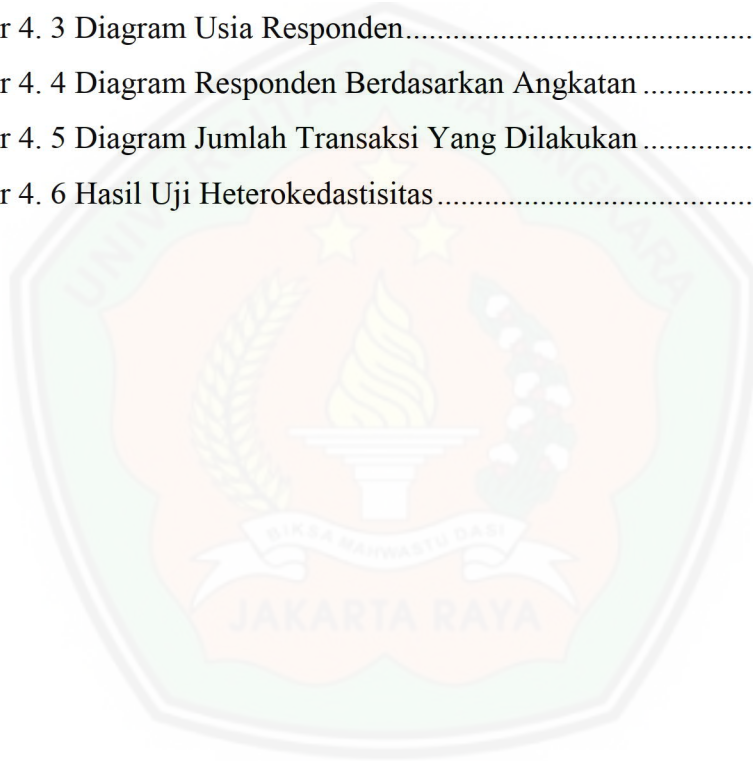


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	26
Tabel 3. 2 Jumlah Responden	29
Tabel 3. 3 Skala Penilaian Likert	30
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	38
Tabel 4. 3 Data Statistic Angkatan Responden.....	39
Tabel 4. 4 Jumlah Transaksi Yang dilakukan	40
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Realibilitas	44
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolienaritas	45
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linear Berganda	47
Tabel 4.10 Hasil Uji-t.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambaran Umum Pengguna Internet Indonesia	2
Gambar 1. 2 Nilai Transaksi E-commerce Indonesia	3
Gambar 1. 3 Pengunjung Bulanan Tokopedia	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	17
Gambar 3. 1 Model Konseptual Penelitian	25
Gambar 4. 1 Logo Tokopedia	34
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Gambar 4. 3 Diagram Usia Responden	38
Gambar 4. 4 Diagram Responden Berdasarkan Angkatan	39
Gambar 4. 5 Diagram Jumlah Transaksi Yang Dilakukan	41
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heterokedastisitas	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	60
Lampiran 2 Uji Refrensi.....	62
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 4 Data Responden	79
Lampiran 5 Hasil Uji SPSS V23	80
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi.....	96
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	99

