

**KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKOPEDIA
DENGAN STRATEGI *BRAND AMBASSADOR* DAN
BRAND IMAGE ARTIS KOREA SELATAN**

SKRIPSI

Oleh :

Azizah Ciptanti Luhurati

201710325329



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia
Dengan Strategi *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Artis Korea Selatan

Nama Mahasiswa : Azizah Ciptanti Luhurati

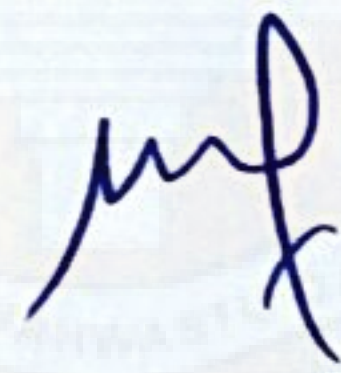
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325329

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 8 Juli 2021

Jakarta, 9 Juli 2021

MENYETUJUI,
Pembimbing



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN : 0325057908

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia
Dengan Strategi *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Artis Korea Selatan
Nama Mahasiswa : Azizah Ciptanti Luhurati
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325329
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 8 Juli 2021

Jakarta, 9 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN : 0319067606

Anggota Penguji I : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN : 0325057908

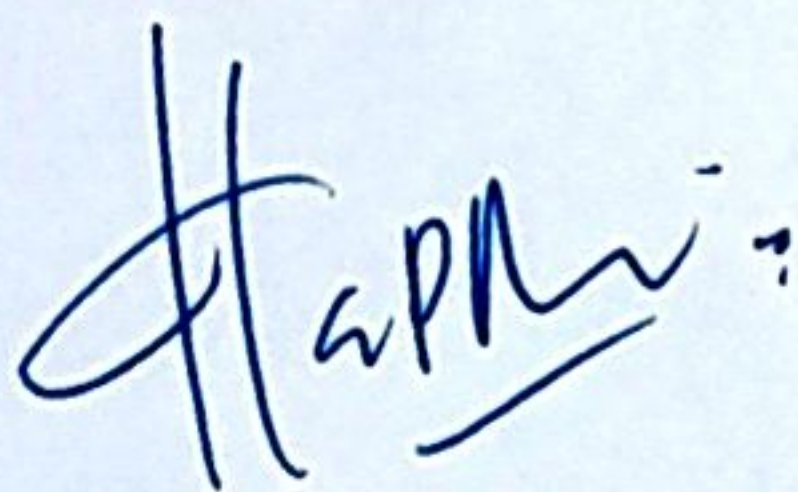
Anggota Penguji II : Supriyanto, S.E., M.M
NIDN : 0020067201



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Azizah Ciptanti Luhurati

NPM : 201710325329

Tempat Tanggal lahir : Jakarta, 14 Mei 1998

Alamat : Perum. Alinda II blok C3 No. 19 Bekasi Utara

Menyatakan bahwa kripsi yang berjudul “Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia Dengan Strategi *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Artis Korea Selatan” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

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

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, 9 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Azizah Ciptanti Luhurati

201710325329

ABSTRAK

Azizah Ciptanti Luhurati 201710325329. Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia Dengan Strategi *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Artis Korea Selatan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keputusan pembelian yang dilakukan oleh orang-orang yang pernah berbelanja di Tokopedia setelah adanya penggunaan strategi *Brand ambassador* dan *Brand Image* artis Korea Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah berbelanja di aplikasi Tokopedia, dengan menggunakan teknik *Non Probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kuantitatif dengan metode analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian Uji T (Parsial) menunjukkan bahwa nilai T hitung variabel *Brand Ambassador* (X1) sebesar 2,229 dan T hitung variabel *Brand Image* (X2) 7,633 lebih besar dari T tabel sebesar 1,984 artinya variabel Brand Ambassador dan Brand Image berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian Uji F (Simultan) bahwa angka F sebesar 65,660 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel *Brand Ambassador* (X1) dan *Brand Image* (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dapat diterima. Berdasarkan hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R) bahwa nilai *R square* sebesar 0,575 atau 57,5%. Menunjukkan bahwa kedua variabel independen yaitu *Brand Ambassador* (X1) dan *Brand Image* (X2) pada penelitian ini mampu menjelaskan sebesar 57,5% terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan sisanya ($100\% - 57,5\% = 42,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Brand Image, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Azizah Ciptanti Luhurati 201710325329. Purchasing Decisions of Tokopedia Consumers with the Strategy of Brand Ambassador and Brand Image of South Korean Artists.

This study aims to determine the purchasing decisions made by people who have shopped at Tokopedia after the use of the Brand ambassador and the Brand Image strategy of South Korean artists. The population in this study were people who had shopped on the Tokopedia application, using the Non Probability sampling technique with a purposive sampling approach, namely the sampling technique with certain considerations. This type of research is quantitative research with multiple linear regression analysis method. The results of the T test (Partial) showed that the T value of the Brand Ambassador variable (X1) was 2.229 and the T count of the Brand Image variable (X2) 7.633 was greater than the T tabel of 1.984 meaning that the Brand Ambassador and Brand Image variables had a partial effect on Purchasing Decisions. . The result of the F Test (Simultaneous) research shows that the F number is 65.660 with a significant level of $0.000 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_a is accepted. This means that the variable Brand Ambassador (X1) and Brand Image (X2) simultaneously have an effect on the Purchasing Decision (Y) variable. Based on the results of the determination coefficient test (R), the R square value is 0.575 or 57.5%. It shows that the two independent variables namely Brand Ambassador (X1) and Brand Image (X2) in this study are able to explain 57.5% of the dependent variable, namely Purchase Decision (Y). While the rest ($100\% - 57.5\% = 42.5\%$) is influenced by other variables outside this regression model.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini, dengan judul "**KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKOPEDIA DENGAN STRATEGI *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE ARTIS KOREA SELATAN***". Selain itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya do'a, dukungan, bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

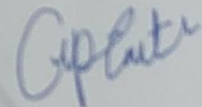
1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd.,M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E, M.M selaku Dosen Perwalian Akademik penulis di kelas Manajemen A8, serta Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Kedua orang tua penulis, Ayahanda Cipto Sudarmono dan Ibunda Endah Kurniati yang senantiasa mendoakan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Ketiga adik penulis yaitu Dimas, Damar, Zahran yang selalu menyemangati penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman penulis Nia, Sarah, Avi, Fauziah, yang telah menyemangati dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan skripsi Olvi, Ani, Dewi, Zata, Tiara, Annisa, Nazila, Tuzifah yang saling merangkul dan berjuang bersama dalam penyelesaian skripsi ini.

9. Seluruh pihak, yang penulis tidak bisa sebutkan namanya satu persatu yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 9 Juli 2021

Penulis



Azizah Ciptanti Luhurati

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Batasan Masalah	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pemasaran	10
2.2 Strategi Pemasaran.....	10
2.3 Bauran Pemasaran	10
2.4 Promosi.....	11
2.5 Perilaku Konsumen.....	12
2.6 <i>Brand ambassador</i>	13
2.6.1 Indikator <i>Brand ambassador</i>	13
2.7 <i>Brand image</i>	13
2.7.1 Indikator <i>Brand image</i>	14
2.8 Keputusan Pembelian	14
2.8.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	14

2.9	Penelitian Terdahulu	15
2.10	Kerangka Berpikir	21
2.11	Hipotesis	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		23
3.1	Desain Penelitian	23
3.2	Tahapan Penelitian.....	25
3.3	Operasionalisasi Variabel	25
3.4	Waktu dan tempat Penelitian	27
3.5	Metode Pengambilan Sampel	27
3.6	Teknik Pengambilan Sampling.....	29
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.7.1	Uji Kualitas Data	29
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.3	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	31
3.7.4	Uji Hipotesis	31
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	34
4.1.2	Visi Misi Tokopedia.....	35
4.2	Hasil Penelitian.....	35
4.2.1	Penyebaran Dan pengumpulan Kuisisioner.....	35
4.2.2	Karakteristik Responden.....	36
4.3	Uji Instrumen.....	37
4.3.1	Uji Validitas.....	37
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	39
4.3.3	Uji Normalitas.....	40
4.3.4	Uji Multikolinearitas.....	41
4.3.5	Uji Heterokedastisitas.....	43
4.3.6	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	44

4.3.7 Uji Hipotesis.....	45
4.4 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	48
BAB V PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Implikasi Manajerial.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	

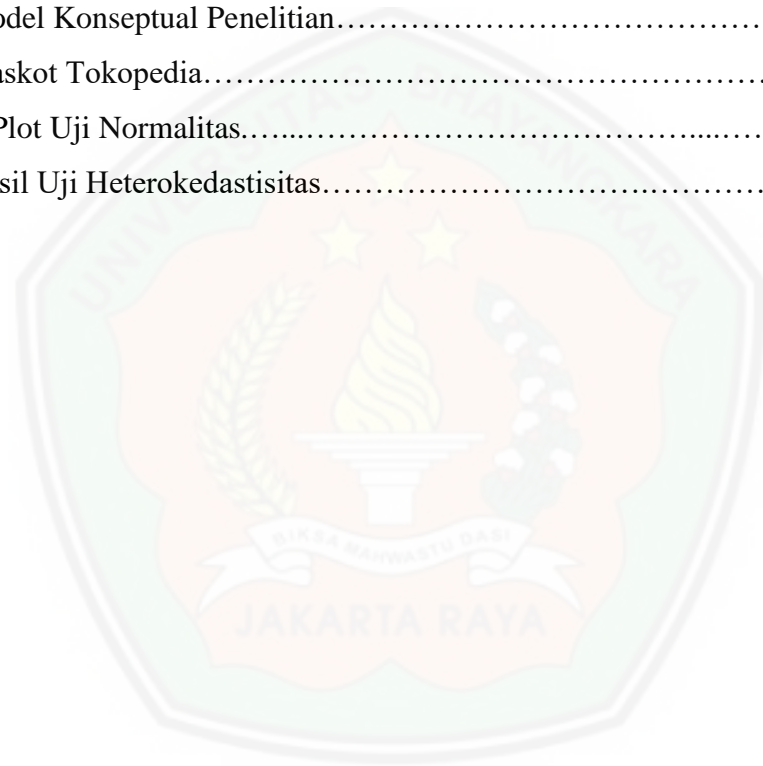


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Tabel Operasional Penelitian.....	26
Tabel 3.2 Tabel Penilaian Skala likert.....	30
Tabel 4.1 Tabel Hasil Penyebaran Kuisisioner.....	35
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.4 Tabel Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i>	37
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	38
Tabel 4.6 Tabel Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4.7 Tabel Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.8 Tabel Uji Normalitas.....	40
Tabel 4.9 Tabel Uji Multikolinieritas.....	42
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji T Parsial.....	46
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji F Simultan.....	47
Tabel 4.13 Tabel Koefisien Determinasi.....	46

DAFTAR GAMBAR

1.1 Sepuluh Negara dengan pertumbuhan e-commerce tercepat.....	1
1.2 Aktivitas Pelanggan <i>e-commerce</i> di Indonesia.....	2
1.3 Profil Penjual yang melakukan transaksi <i>e-commerce</i>	3
1.4 Jumlah Pengunjung Tokopedia 2021.....	4
1.5 Perbandingan Jumlah Pengunjung Tokopedia dengan <i>e-commerce</i> lain.....	5
1.6 Jumlah Pengunjung <i>e-commerce</i> per-Quarter 4 tahun 2020.....	5
2.1 Kerangka Berpikir.....	22
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.2 Model Konseptual Penelitian.....	26
4.1 Maskot Tokopedia.....	34
4.2 P-Plot Uji Normalitas.....	41
4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner Penelitian.....	57
Data Tabulasi <i>Brand Ambassador</i>	59
Data Tabulasi <i>Brand Image</i>	62
Data Tabulasi Keputusan Pembelian.....	64
Hasil Uji Validitas X1.....	67
Hasil Uji Validitas X2.....	68
Hasil Uji Validitas Y.....	69
Hasil Uji Reliabilitas X1.....	70
Hasil Uji Reliabilitas X2.....	70
Hasil Uji Reliabilitas Y.....	71
Hasil Uji Normalitas.....	71
Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	72
Hasil Uji Multikolineritas.....	72
Hasil Uji Heterokedastisitas.....	73
Hasil Uji Linear Berganda.....	73
Hasil Uji Parsial (Uji T).....	74
Hasil Uji Simultan (Uji F).....	74
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	74
Uji Plagiasi.....	75
Uji Referensi.....	80
Riwayat Hidup Penulis.....	86
Kartu Bimbingan.....	87