

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* BLACKPINK, CITRA
PERUSAHAAN DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKOPEDIA
(Studi Kasus Pada Remaja di Surabaya Barat)



Oleh :

DITA AYU PRAMESTI

NBI : 1211700242

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* BLACKPINK, CITRA PERUSAHAAN DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA

(Studi Kasus Pada Remaja di Surabaya Barat)



Oleh :

DITA AYU PRAMESTI

NBI 1211700242

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* BLACKPINK, CITRA
PERUSAHAAN DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

(Studi Kasus Pada Remaja di Surabaya Barat)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Oleh :

Dita Ayu Pramesti

1211700242

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

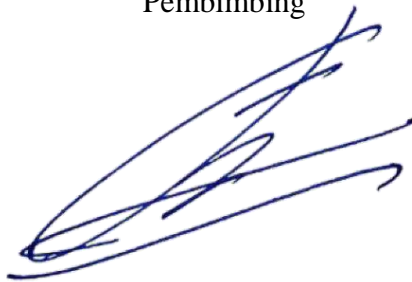
Nama Lengkap : Dita Ayu Pramesti
NBI : 1211700242
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi :

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* BLACKPINK, CITRA
PERUSAHAAN DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKOPEDIA
(Studi Kasus Pada Remaja di Surabaya Barat)**

Surabaya, 06 Januari 2022

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing



Dr. Feliks A.B.K. Panjaitan, MM., CM, NNLP., CMA

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal

TIM PENGUJI :

1. Prof. Dr. drg. Ida Aju Brahmasari, Dipl. DHE., MPA -Ketua
2. Dr. I Dewa Ketut Raka Ardiana, MM -Anggota
3. Dr. Feliks A.B.K. Panjaitan, MM., CM. NNLP., CMA -Anggota



Mengesahkan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.SI, AK., CA

NPP : 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap (KTP) : Dita Ayu Pramesti

NBI 1211700242

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

NIK (KTP) 3578194607990001

Alamat Rumah (KTP) : Kendung Jaya Rt.06 Rw.06

Kel. Sememi Kec. Benowo, Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* BLACKPINK, CITRA
PERUSAHAAN DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKOPEDIA
(Studi Kasus Pada Remaja di Surabaya Barat)”**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan serta pemikiran saya sendiri dan bukan hasil dari plagiat atau menyalin dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa artikel, skripsi, tesis maupun disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut paut dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya

Surabaya, 06 Januari 2022



(Dita Ayu Pramesti)
(1211700242)



**UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dita Ayu Pramesti
NIM : 1211700242
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive)** karya ilmiah saya yang berjudul

“PENGARUH *BRAND* AMBASSADOR BLACKPINK, CITRA PERUSAHAAN DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Remaja di Surabaya Barat)”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 6 Januari 2022

Yang menyatakan



Dita Ayu Pramesti

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS. Ar Ra'd : 11)

“Where there's life, there's movement”

“Dimana ada kehidupan, di situ ada pergerakan”

(Cyclops Mobile Legends)

“Kamu tidak hancur, kamu sedang dibentuk”

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Tidaklah kamu perhatikan bagaimana Allah telah membuat perumpamaan kalimat yang baik seperti pohon yang baik, akarnya teguh dan cabangnya (menjulang) ke langit”. “Pohon itu memberikan buahnya pada setiap musim dengan seizin Tuhannya. Allah membuat perumpamaan-perumpamaan itu untuk manusia supaya mereka selalu ingat”.

(QS. Ibrahim 24-25)

“Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga.”.

(HR Muslim)

Dengan penuh rasa syukur dan dalam keridhoan Allah SWT skripsi ini saya persembahkan untuk :

Kedua orang tua saya, Bapak Adi Sukamto, S.P. dan Ibu Yeti yang selalu memberikan kasih sayang, do'a dan dukungan serta motivasi baik dalam hidupku.

Saudaraku (Dila Isnatani Fadhilah) yang selalu memberi dukungan kepada saya.

Serta seluruh keluarga besar yang saya cintai terima kasih atas limpahan do'a, semangat, motivasi, kasih sayang dan perhatian, serta dukungan yang telah diberikan selama ini.

Sahabat-sahabat dan orang terdekat terima kasih atas dukungan dan doanya.

Dan untuk almamaterku Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945, tempatku menimba ilmu pengetahuan serta belajar banyak tentang perjalanan hidup.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh Pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Dr. Feliks A.B.K. Panjaitan, MM., CM. NNLP., CMA selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga telah banyak membantu saya selama proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Bapak dan ibu penguji yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan pengujian skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.

8. Orang tuaku yang selalu mendoakan saya agar diperlancar dan dipermudahkan dalam mengerjakan skripsi ini dan juga memberikan semangat tiada hentinya.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan (Sunda Empire) dan semua pihak yang telah banyak membantu, memberi doa, semangat serta bantuan dalam menyusun skripsi ini dan proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan menjadi penyemangat saya.
10. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan penelitian peneliti selanjutnya.

Surabaya, 06 Januari 2022

Penulis

RINGKASAN

Tokopedia merupakan salah satu *e-commerce* terkemuka di Indonesia. Tokopedia didirikan pada tanggal 17 Agustus 2009 dengan visi membangun Indonesia lebih baik dengan internet. Tujuan didirikannya Tokopedia.com adalah sebagai sarana pemasar untuk memasarkan atau mempromosikan produk mereka di media *online*. Namun Tokopedia harus bersiap bersaing dengan *e-commerce* lain. Oleh karena itu pihak Tokopedia perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat menjadi daya tarik para pengguna internet untuk mengunjungi dan melakukan transaksi di Tokopedia khususnya para remaja dengan jiwa muda. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif signifikan *Brand Ambassador* Blackpink secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, terdapat pengaruh positif signifikan Citra Perusahaan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dan terdapat pengaruh positif signifikan Minat Beli secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah para remaja di Surabaya Barat yang minimal pernah sekali membeli pada aplikasi Tokopedia dengan mengirimkan kuisioner melalui *google form*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 190 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi (R^2). Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 26.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Brand Ambassador*, Citra Perusahaan Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia dilakukan dengan menggunakan metode statistik yaitu Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda adalah $Y = 22.059 + 0.360 X_1 + 0.317 X_2 + 0.281 X_3$ Hasil Hipotesis uji t parsial menunjukkan besarnya (1) nilai signifikansi variabel *Brand Ambassador* (X_1) sebesar 0,000 berdasarkan hasil perhitungan tersebut dimana nilai $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Hal ini berarti variabel *Brand Ambassador* (X_1) ada pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). (2) nilai signifikansi variabel Citra Perusahaan (X_2) sebesar 0,000 berdasarkan hasil perhitungan tersebut dimana nilai $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Hal ini berarti variabel Citra Perusahaan (X_2) ada pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). (3) nilai signifikansi variabel Minat Beli (X_3) sebesar 0,001 berdasarkan hasil perhitungan tersebut dimana nilai

sig < 0,05 maka H_0 ditolak H_1 diterima. Hal ini berarti variabel Minat Beli (X_3) ada pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Terdapat pengaruh secara signifikan pada variabel *Brand Ambassador* (X_1), Citra Perusahaan (X_2) dan Minat Beli (X_3) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai signifikansi *Brand Ambassador* 0,000, Citra Perusahaan 0,000 dan Minat Beli 0,001.

SUMMARY

Tokopedia is one of the leading e-commerce sites in Indonesia. Tokopedia was founded on August 17, 2009 with the vision of building a better Indonesia with the internet. The purpose of establishing Tokopedia.com is as a means for marketers to market or promote their products in online media. However, Tokopedia must be prepared to compete with other e-commerce. Therefore, Tokopedia needs to pay attention to factors that can attract internet users to visit and make transactions at Tokopedia, especially teenagers with a young soul. The hypothesis in this study is that there is a significant positive effect of Blackpink's Brand Ambassador partially on purchasing decisions, there is a significant positive effect of partially on company image on purchasing decisions and there is a significant positive effect of partially buying interest on purchasing decisions.

The population in this study were teenagers in West Surabaya who had purchased at least once on the Tokopedia application by sending a questionnaire via google form. The sample in this study was 190 respondents. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, and coefficient of determination analysis (R²). The hypothesis test used is the t test. Data analysis in this study used the help of SPSS version 26.

To determine the magnitude of the influence of Brand Ambassador, Company Image and Buying Interest on Purchase Decisions at Tokopedia, this is done by using the statistical method, namely Multiple Linear Regression. The results obtained from multiple linear regression analysis are $Y = 22.059 + 0.360 X_1 + 0.317 X_2 + 0.281 X_3$ The results of the partial t-test hypothesis show that (1) the significance value of the Brand Ambassador variable (X_1) is 0.000 based on the results of these calculations where the value of $\text{sig} < 0.05$ then H_0 is rejected H_1 is accepted. This means that the Brand Ambassador variable (X_1) has a significant effect on the Purchase Decision variable (Y). (2) the significance value of the Corporate Image (X_2) variable is 0.000 based on the calculation results where the sig value < 0.05 then H_0 is rejected, H_1 is accepted. This means that the corporate image variable (X_2) has a significant influence on the purchasing decision variable (Y). (3) the significance value of the Buying Interest variable (X_3) is 0.001 based on the results of these calculations where the value of $\text{sig} < 0.05$ then H_0 is rejected, H_1 is accepted. This means that the buying interest variable (X_3) has a significant effect on the purchasing decision variable (Y).

There is a significant influence on the Brand Ambassador (X1), Company Image (X2) and Purchase Interest (X3) variables partially on Purchase Decision (Y) with a Brand Ambassador significance value of 0.000, Corporate Image 0.000 and Purchase Interest 0.001.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh *Brand Ambassador* Blackpink, Citra Perusahaan Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Remaja Di Surabaya Barat). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif responden dalam penelitian ini adalah berjumlah 190 orang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 26. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis regresi berganda, dan analisis koefisien determinan (R^2). Uji hipotesis yang digunakan adalah Uji t.

Hasil penelitian menunjukkan Dalam uji t yang dilakukan secara parsial bahwa, variabel *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan variabel Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Citra Perusahaan, Minat Beli, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study discusses the Influence of Blackpink Brand Ambassador, Company Image and Purchase Interest on Purchase Decisions at Tokopedia (Case Study on Adolescents in West Surabaya). This study uses a quantitative method of respondents in this study is to find 190 people. The analytical tool used in this research is SPSS 26. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, multiple regression analysis, and determinant coefficient analysis (R²). The hypothesis test used is the t test.

The results showed that in the t-test that was conducted partially, the Brand Ambassador variable had a significant effect on purchasing decisions, the corporate image variable had a significant effect on purchasing decisions, and the buying interest variable had a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Ambassador, Company Image, Purchase Interest, Purchase Decision

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|-------|
| COVER DALAM | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI..... | iv |
| SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT | v |
| SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI..... | vi |
| MOTTO | vii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| RINGKASAN..... | xi |
| SUMMARY..... | xiii |
| ABSTRAK | xv |
| ABSTRACT..... | xvi |
| DAFTAR ISI | xvii |
| DAFTAR TABEL..... | xxi |
| DAFTAR GAMBAR | xxii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxiii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 5 |

BAB II KAJIAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| 2.1 Landasan Teori | 7 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran..... | 7 |
| 2.1.2 Bauran Pemasaran..... | 7 |
| 2.1.3 Perilaku Konsumen | 9 |
| 2.1.4 Brand Ambassador | 10 |
| 2.1.4.1 Definisi <i>Brand Ambassador</i> | 10 |
| 2.1.4.2 Manfaat <i>Brand Ambassador</i> | 10 |
| 2.1.4.3 Karakteristik <i>Brand Ambassador</i> | 11 |
| 2.1.5 Citra Perusahaan | 12 |
| 2.1.5.1 Definisi Citra Perusahaan | 12 |
| 2.1.5.2 Arti Penting Citra Perusahaan..... | 12 |
| 2.1.5.3 Indikator Citra Perusahaan..... | 12 |
| 2.1.6 Minat Beli..... | 13 |

| | | |
|---------|--|----|
| 2.1.6.1 | Definisi Minat Beli..... | 13 |
| 2.1.6.2 | Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli..... | 13 |
| 2.1.6.3 | Indikator Minat Beli..... | 14 |
| 2.1.7 | Keputusan Pembelian..... | 15 |
| 2.1.7.1 | Definisi Keputusan Pembelian..... | 15 |
| 2.1.7.2 | Struktur Keputusan Pembelian..... | 15 |
| 2.1.7.3 | Indikator Keputusan Pembelian..... | 16 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu..... | 17 |
| 2.3 | Hubungan Antar Varibel..... | 19 |
| 2.3.1 | Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 19 |
| 2.3.2 | Hubungan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian..... | 19 |
| 2.3.3 | Hubungan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian..... | 19 |
| 2.4 | Kerangka Konseptual..... | 20 |
| 2.5 | Hipotesis..... | 20 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | | |
|---------|---|----|
| 3.1 | Desain Penelitian..... | 23 |
| 3.2 | Tempat Dan Waktu Penelitian..... | 23 |
| 3.3 | Jenis Dan Sumber Data..... | 23 |
| 3.3.1 | Jenis Data..... | 23 |
| 3.3.2 | Sumber Data..... | 23 |
| 3.4 | Populasi Dan Sampel..... | 24 |
| 3.4.1 | Populasi..... | 24 |
| 3.4.2 | Sampel..... | 24 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data..... | 24 |
| 3.5.1 | Pengukuran Instrumen..... | 24 |
| 3.6 | Definisi Variabel dan Definisi Operasional..... | 25 |
| 3.6.1 | Definisi Variabel..... | 25 |
| 3.6.1.1 | Brand ambassador (X1)..... | 25 |
| 3.6.1.2 | Citra Perusahaan (X2)..... | 25 |
| 3.6.1.3 | Minat Beli (X3)..... | 25 |
| 3.6.1.4 | Keputusan Pembelian (Y)..... | 25 |
| 3.6.2 | Definisi Operasional..... | 25 |
| 3.6.2.1 | Brand Ambassador (X1)..... | 26 |
| 3.6.2.2 | Citra Perusahaan (X2)..... | 26 |
| 3.6.2.3 | Minat Beli (X3)..... | 26 |
| 3.6.2.4 | Keputusan Pembelian (Y)..... | 27 |
| 3.7 | Proses Pengolahan Data..... | 27 |
| 3.8 | Metode Analisa Data Dan Analisis Data..... | 27 |
| 3.8.1 | Uji Validitas Data..... | 27 |

| | |
|---|----|
| 3.8.2 Uji Reliabilitas..... | 28 |
| 3.8.3 Uji Asumsi Klasik..... | 28 |
| 3.8.4 Analisis Koefisiensi Determinasi (R ²)..... | 30 |
| 3.9 Teknik Pengujian Hipotesis | 30 |
| 3.9.1 Uji t (Parsial) | 31 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan | 33 |
| 4.1.1 Tentang Tokopedia | 33 |
| 4.1.2 Visi Dan Misi Tokopedia | 34 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi Dan Tanggung Jawab | 34 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian | 36 |
| 4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden..... | 36 |
| 4.2.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin | 36 |
| 4.2.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia..... | 36 |
| 4.2.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan..... | 37 |
| 4.2.1.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan | 38 |
| 4.2.1.5 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pembelian..... | 38 |
| 4.2.1.6 Karakteristik Berdasarkan Pembelian Ketika Promo | 39 |
| 4.2.1.7 Karakteristik Berdasarkan Kategori Produk | 39 |
| 4.2.2 Deskripsi Berdasarkan Variabel Penelitian | 40 |
| 4.2.2.1 Analisis Deskripsi Brand <i>Ambassador</i> (X1) | 40 |
| 4.2.2.2 Analisis Deskripsi Variabel Citra Perusahaan (X2) | 41 |
| 4.2.2.3 Analisis Deskripsi Minat Beli (X3) | 42 |
| 4.2.2.4 Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) | 43 |
| 4.3 Pengujian | 44 |
| 4.3.1 Uji Validitas | 44 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas..... | 46 |
| 4.3.3 Uji Asumsi Klasik..... | 46 |
| 4.3.3.1 Uji Normalitas | 46 |
| 4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas | 47 |
| 4.3.3.3 Uji Multikolinieritas | 49 |
| 4.3.3.4 Uji Autokorelasi | 50 |
| 4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda | 50 |
| 4.3.5 Uji Koefisiensi Determinan (R ²)..... | 52 |
| 4.3.6 Teknik Pengujian Hipotesis..... | 52 |
| 4.3.6.1 Uji-t (Parsial)..... | 52 |
| 4.4 Pembahasan | 53 |
| 4.5 Implikasi Penelitian..... | 54 |
| 4.6 Keterbatasan Penelitian..... | 55 |

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan..... 57
5.2 Saran..... 57

DAFTAR PUSTAKA..... 59

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 17 |
| Tabel 3.1 Skala Likert | 24 |
| Tabel 3.2 Klasifikasi Nilai DW (Durbin-Watson) | 29 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin | 36 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia | 37 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan | 37 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan | 38 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pembelian | 38 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Pembelian Ketika Promo | 39 |
| Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Kategori Produk | 39 |
| Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Brand Ambassador | 40 |
| Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Citra Perusahaan | 41 |
| Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Minat Beli | 42 |
| Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian | 43 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas | 44 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas | 46 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas One-Sample KS | 47 |
| Tabel 4.15 Nilai VIF | 49 |
| Tabel 4.16 Nilai Durbin-Watson | 50 |
| Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda | 50 |
| Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (R ²) | 52 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji-t | 53 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Angka Pengguna Internet Oleh APJII..... | 2 |
| Gambar 1.2 Grafik Aktifitas Pelanggan E-Commerce Di Indonesia | 2 |
| Gambar 1.3 Blackpink Brand Ambassador Tokopedia..... | 3 |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual..... | 20 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi | 34 |
| Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot | 48 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian | 61 |
| Lampiran 2.Data Responden | 68 |
| Lampiran 3.Hasil Deskripsi Responden | 82 |
| Lampiran 4. Data Penelitian Berdasarkan Angka | 84 |
| Lampiran 5.Data Penelittian Berdasarkan Variabel Penelitian..... | 103 |
| Lampiran 6.Uji Validitas | 120 |
| Lampiran 7.Hasil Reliabilitas | 124 |
| Lampiran 8.Uji Asumsi Klasik | 125 |
| Lampiran 9.Uji Parsial (Uji t)..... | 127 |
| Lampiran 10.Kartu Bimbingan Skripsi | 128 |