

SKRIPSI

PENGARUH ULASAN PRODUK, BRAND
AMBASSADOR, DAN LAYANAN CASH ON DELIVERY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
MARKETPLACE SHOPEE

(STUDI PENGGUNA MARKETPLACE MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)



Oleh :

ENI KURNIA SAFITRI

NBI : 1211900289

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2023

SKRIPSI

**PENGARUH ULASAN PRODUK, BRAND
AMBASSADOR, DAN LAYANAN CASH ON DELIVERY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
MARKETPLACE SHOPEE
(STUDI PENGGUNA MARKETPLACE MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA)**



Oleh :

Eni Kurnia Safitri

NBI : 1211900289

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

**PENGARUH ULASAN PRODUK, BRAND
AMBASSADOR DAN LAYANAN CASH ON DELIVERY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
MARKETPLACE SHOPEE**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas-Ekonomi Dan Bisnis**

Oleh :

Eni Kurnia Safitri

NBI : 1211900289


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

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Eni Kumia Safitri
NBI : 1211900289
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : “PENGARUH ULASAN PRODUK, BRAND
AMBASSADOR DAN LAYANAN CASH ON
DELIVERY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI MARKETPLACE SHOPEE”.

Surabaya, 12 Juni 2023
Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing,


Drs. Ec. M Suvanto, MM
NPP : 01.250964.01

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan 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. Drs. Ec. Istiono, MBA

- Ketua



2. Dr. Ida Bagus Cempena, MM

- Anggota



3. Drs. Kridha Hery Gunawan, MM

- Anggota



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



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP : 20220.93.031

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Eni Kurnia Safitri (L / P)
2. NBI : 1211900289
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3524126312000003
6. Alamat Rumah (KTP) : Semolowaru No.83, Semolowaru, Sukolilo,
Kota Surabaya, Jawa Timur.

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :


“Pengaruh Ulasan Produk, Brand Ambassador dan Layanan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee Studi Pengguna Marketplace Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur 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 pautnya dengan Dosen Pembimbing dan kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 14 Juli 2023



 <p>UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA</p>	<p>BADAN PERPUSTAKAAN Jl. Semolowaru 45 Surabaya Tlp. 031 593 1800 (ex. 311) Email : perpus@untag-sby.ac.id</p>
---	---

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

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Eni Kumia Safitri
 NBI : 1211900289
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 Program Studi : Manajemen
 Jenis Karya : ~~Tugas Akhir~~ / Skripsi / Tesis / ~~Disertasi~~ / ~~Laporan Penelitian~~ / ~~Makalah~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Nonexclusive Royalti-Free Right*), atas karya saya yang berjudul :
 “PENGARUH ULASAN PRODUK, BRAND AMBASSADOR, DAN LAYANAN CASH ON DELIVERY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Nonexclusive Royalti-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 tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 Pada Tanggal : 14 Juli 2023

Surabaya, 14 Juli 2023



Eni Kumia Safitri

PERSEMBAHAN MOTTO

“Setetes keringat orang tua saya seribu langkah saya untuk maju”

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”
(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

“Berjuanglah untuk kesuksesan masa depan walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak dimasa kesuksesan kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Semangat perintis kita bukan pewaris”.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, serta doa restu dan dorongan dari berbagai pihak-pihak yang telah membantus hingga Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Ulasan Produk, Brand Ambassador Dan Layanan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee” dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Drs. Ec. M Suyanto, MM. selaku Dosen 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, serta terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses pengerjaan skripsi ini sampai selesai.
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. Prof. 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. Dra. 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. Seluruh Dosen dan Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya (Bapak Mulyono dan Ibu Siti Fadilah) yang selalu menjadi penyemangat saya. Yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang dan selalu memberikan motivasi. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan saya. Terima kasih ayah dan mama untuk doa dan dukungannya baik moril dan materil saya bisa berada di titik ini. Sehat selalu ayah mama

semoga selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaian terbaik di kehidupan saya.

7. Nayra Cahya Intannia Putri adik perempuan saya yang selalu menjadi penyemangat saya, terima kasih sudah memberikan semangat dan doa.
8. Teman-teman terdekat saya yang selalu membantu dalam proses mengerjakan skripsi sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
9. Teman-teman seperjuangan yang sama-sama sedang menempuh skripsi yang sudah saling memberikan semangat serta bantuan dalam menjalankan proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
10. Mas Rendy Aldi Prasetya terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi dalam penulisan skripsi ini baik waktu dan tenaga. Terima kasih sudah menjadi rumah berkeluh kesah, menemani dan memberikan dukungan. Semoga selalu diberikan keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
11. Yusnita Setyo Ningsih teman dari TK, Teman seperjuangan yang sama-sama sedang menempuh skripsi yang saling memberikan dukungan baik waktu, motivasi dan teman makan bakso.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam pembuatan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 12 Juni 2023



Eni Kumia Safitri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ulasan produk, *brand ambassador* dan layanan *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian di *marketplace* Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya tahun 2023. Dari populasi tersebut menghasilkan sampel sebanyak 97 responden. Metode penentuan sampel dengan rumus *Purposive Sampling* (sampel bertujuan). Metode analisis penelitian ini yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, ujimultikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, Uji R², uji t, dan uji F dengan menggunakan SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel Ulasan Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee karena nilai signifikan sebesar $0.049 < 0.05$ dan nilai t hitung $1.999 > t$ tabel 1.985, *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee karena nilai signifikan sebesar $0.006 < 0.05$ dan nilai t hitung $2.807 > 1.985$, Layanan *Cash On Delivery* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee dengan tingkat signifikan sebesar $0.016 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.188 > 1.985$. sedangkan dilihat dari uji F secara simultan variabel Ulasan Produk, *Brand Ambassador* dan Layanan *Cash On Delivery* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung 15.748.

Kata Kunci : Ulasan Produk, *Brand Ambassador*, Layanan *Cash On Delivery* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of product reviews, brand ambassadors and cash on delivery services on purchasing decisions on the Shopee marketplace. The population in this study is students of the Faculty of Economics and Business, University of August 17, 1945, Surabaya in 2023. From this population, a sample of 97 respondents was produced. Sample determination method with Purposive Sampling formula. The analysis methods used for this research are validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression analysis, R^2 tests, t tests, and F tests using SPSS version 25.

Based on the results of this study, the Product Review variable has a significant effect on Purchase Decisions on the Shopee Marketplace because the significant value of $0.049 < 0.05$ and the calculated t value of $1.999 > t$ table 1.985 , Brand Ambassador has a significant effect on Purchase Decisions on the Shopee Marketplace because the significant value of $0.006 < 0.05$ and the calculated t value of $2.807 > 1.985$, Cash On Delivery Services have a significant effect on Purchase Decisions on the Shopee Marketplace with a significant level of $0.016 < 0.05$ and a calculated t value of $3.188 > 1.985$. while judging from the F test simultaneously the variables Product Reviews, Brand Ambassadors and Cash On Delivery Services affect the purchase decision on the Shopee Marketplace with a significant level of $0.000 < 0.05$ and a calculated F value of 15.748 .

Keywords: *Product Review, Brand Ambassador, Cash On Delivery Service and Purchase Decision*

RINGKASAN

Shopee hadir tepatnya pada Bulan Mei 2015, dipimpin oleh Chris Feng sebagai CEO lulusan di salah satu Universitas di Singapura, Chris Feng mendirikan perusahaan Shopee di Indonesia pada dua tempat yaitu di Kota Jakarta, berlokasi di kantor pusat Pasific Century Place Tower SCBD Jakarta Selatan dan Sahid J-Walk Kabupaten Sleman Yogyakarta. Banyaknya kategori produk membuat Shopee menjadi sangat bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun kebutuhan rumah tangga.

Adapun tujuan penelitian yang dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan adalah untuk membuktikan dan menganalisis Pengaruh Ulasan Produk, *Brand Ambassador* dan Layanan *Cash On Delivery* Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee. Metode penentuan sampel dengan rumus *Purposive Sampling* (sampel bertujuan). Populasi dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Metode analisis penelitian ini yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, ujimultikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, Uji R^2 , uji t, dan uji F dengan menggunakan SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian ini, Ulasan Produk memiliki nilai signifikan sebesar 0.049, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. sedangkan t hitung didapatkan nilai 1.999 > ttabel (1.985). *Brand Ambassador* memiliki nilai signifikan sebesar 0.006, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. sedangkan t hitung didapatkan nilai 2.807 > ttabel (1.985). Layanan *Cash On Delivery* memiliki nilai signifikan 0.016, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. sedangkan t hitung didapatkan nilai 3.188 > ttabel (1.985), maka diperoleh nilai F hitung sebesar 15.748 dengan signifikan sebesar 0.000. oleh karena itu nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$), maka artinya independen ulasan produk, *brand ambassador*, layanan *cash on delivery* berpengaruh yang signifikan secara simultan terhadap dependen Keputusan Pembelian.

Simpulan dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa, (1) Ulasan Produk, *Brand Ambassador*, dan Layanan *Cash On Delivery* secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) Ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee. (4) Layanan *Cash On Delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (5) Hasil regresi menunjukkan variabel X2 atau *Brand Ambassador* memberikan pengaruh yang paling dominan sebesar 0,241 dibandingkan dengan variabel X1 Ulasan produk sebesar 0,213 dan X3 Layanan *Cash On Delivery* sebesar 0,131.

SUMMARY

Shopee was present precisely in May 2015, led by Chris Feng as a graduated CEO at one of the universities in Singapore, Chris Feng established the Shopee company in Indonesia in two places, namely in the city of Jakarta, located at the head office of Pacific Century Place Tower SCBD South Jakarta and Sahid J-Walk Sleman Regency Yogyakarta. The many product categories make Shopee very useful to meet personal and household needs.

The purpose of the research achieved in accordance with the formulation of the problem that has been described is to prove and analyze the Effect of Product Reviews, Brand Ambassadors and Cash On Delivery Services on Purchasing Decisions on the Shopee Marketplace. Sample determination method with Purposive Sampling formula. The population in this study was 97 respondents. The analysis methods used for this research are validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression analysis, R^2 tests, t tests, and F tests using SPSS version 25.

Based on the results of this study, Product Reviews have a significant value of 0.049, the value is smaller than 0.05. While t count obtained a value of 1,999 > t_{table} (1,985). Brand Ambassadors have a significant value of 0.006, which is less than 0.05. While t count obtained a value of 2,807 > t_{table} (1,985). Cash On Delivery service has a significant value of 0.016, the value is less than 0.05. while t count obtained a value of 3.188 > t_{table} (1.985), then obtained a calculated F value of 15.748 with a significance of 0.000. therefore a significant value less than 0.05 ($0.000 < 0.05$), hence the independent product review, brand ambassador, cash on delivery service has a significant effect simultaneously on dependent purchase decisions.

The conclusion of this study is to show that, (1) Product Reviews, Brand Ambassadors, and Cash On Delivery Services simultaneously have a significant influence on Purchasing Decisions. (2) Product reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Brand Ambassadors have a positive and significant influence on purchasing decisions on the Shopee Marketplace. (4) Cash On Delivery service has a positive and significant effect on purchasing decisions. (5) The regression results show that the variable X_2 or Brand Ambassador has the most dominant influence of 0.241 compared to the variable X_1 Product Reviews of 0.213 and X_3 Cash On Delivery Service of 0.131.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
PERSEMBAHAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
RINGKASAN	xii
SUMMARY	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	7
2.1.3 Bauran Pemasaran	9
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4.1 Tujuan Perilaku Konsumen	11
2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.1.5 E-Commerce	11
2.1.5.1 Pengertian E-Commerce	11
2.1.6 Ulasan Produk.....	12

2.1.6.1	Pengertian Ulasan Produk.....	12
2.1.6.2	Indikator Ulasan Produk.....	12
2.1.7	Brand Ambassador.....	13
2.1.7.1	Pengertian Brand Ambassador	13
2.1.7.2	Indikator Brand Ambassador	13
2.1.8	Layanan Cash On Delivery (COD).....	14
2.1.8.1	Pengertian Layanan Cash On Delivery (COD).....	14
2.1.8.2	Indikator Layanan Cash On Delivery	15
2.1.9	Keputusan Pembelian	15
2.1.9.1	Pengertian Keputusan Pembelian	15
2.1.9.2	Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.2	Penelitian Terdahulu.....	17
2.2.1	Hubungan Antar Variabel.....	21
2.2.1.1	Hubungan Antara Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.2.1.2	Hubungan Antara Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.2.1.3	Hubungan Antara Layanan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3	Kerangka Konseptual	23
2.4	Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Desain Penelitian	25
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.3	Jenis dan Sumber Data	25
3.3.1	Jenis Data	25
3.3.2	Sumber Data.....	25
3.4	Populasi dan Sampel.....	26
3.4.1	Populasi	26

3.4.2	Sampel.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data	27
3.6	Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	27
3.6.1	Definisi Variabel	27
3.7	Proses Pengolahan Data	31
3.8	Metode Analisa Data	31
3.8.1	Uji Instrumen.....	31
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	32
3.9	Analisis Data	33
3.9.1	Analisis Regresi Berganda	33
3.9.2	Uji Koefisien Determinasi R^2	34
3.10	Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisa Data	34
3.10.1	Uji F (Simultan)	34
3.10.2	Uji t (Parsial)	35
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.1.1	Sejarah Fakultas Ekonomi & Bisnis Untag Surabaya	37
4.1.2	Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya	38
4.1.3	Struktur Organisasi	39
4.2	Sejarah Shopee	40
4.2.1	Visi dan Misi Shopee	41
4.2.2	Fitur Shopee	41
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.3.1	Deskripsi Responden	43
4.3.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	43

4.3.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	44
4.3.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi ..	44
4.3.1.4	Deskripsi Variabel Penelitian	45
4.4	Uji Instrumen	48
4.4.1	Uji Validitas	48
4.4.2	Uji Reliabilitas	50
4.5	Uji Asumsi Klasik	51
4.5.1	Uji Normalitas	51
4.5.2	Uji Multikolinearitas	52
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	53
4.6	Analisis Data	54
4.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.6.2	Koefisien Determinasi R^2	56
4.7	Teknik Pengujian Hipotesis	57
4.7.1	Uji Parsial (t)	57
4.7.2	Uji Simultan (F)	58
4.8	Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	59
4.8.1	Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.8.2	Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian ..	60
4.8.3	Pengaruh Layanan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.9	Implikasi Penelitian	60
4.10	Keterbatasan Penelitian	61
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1	Simpulan	63

5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN PENELITIAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert	27
Tabel 3.2	Tingkat Reliabilitas	32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	44
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	45
Tabel 4.4	Interval Kelas	45
Tabel 4.5	Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel Ulasan Produk	46
Tabel 4.6	Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel Brand Ambassador	46
Tabel 4.7	Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel Layanan Cash On Delivery	47
Tabel 4.8	Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Ulasan Produk (X1)	48
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador (X2).....	49
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Layanan Cash On Delivery (X3)	49
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolonieritas.....	53
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.17	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	56
Tabel 4.19	Hasil Uji Parsial	57
Tabel 4.20	Hasil Uji F	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Top E-Commerce Store Berdasarkan Rangking Kuartal 1 202- Kuartal 2 2022	2
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya .	39
Gambar 4.2	Logo Marketplace Shopee	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembaran Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2	Jawaban Responden Variabel Ulasan Produk (X1)	77
Lampiran 3	Jawaban Responden Variabel Brand Ambassador (X2)	80
Lampiran 4	Jawaban Responden Variabel Layanan Cash On Delivery (X3)	83
Lampiran 5	Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	86
Lampiran 6	Uji Persyaratan Analisis	89
Lampiran 7	Uji Reliabilitas	96
Lampiran 8	Uji Normalitas	97
Lampiran 9	Uji Multikolinearitas	98
Lampiran 10	Uji Heteroskedastisitas	99
Lampiran 11	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	100
Lampiran 12	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R^2	101
Lampiran 13	Hasil Uji t (Parsial)	102
Lampiran 14	Hasil Uji F (Simultan)	103
Lampiran 15	Surat Izin Penelitian	104
Lampiran 16	Kartu Bimbingan Skripsi	105
Lampiran 17	Surat Balasan Permohonan Data Biro Akademik	106
Lampiran 18	Hasil Turnitin	107