

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, SOCIAL
MEDIA MARKETING DAN ONLINE CUSTOMER
REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK ERIGO DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH :

NINIS NOVITA SARI

NPM : 1122000073

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

2024

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, SOCIAL
MEDIA MARKETING DAN ONLINE CUSTOMER
REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK ERIGO DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH :

NINIS NOVITA SARI

NPM : 1122000073

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945**

SURABAYA

2024


TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : Ninis Novita Sari
NBI : 1122000073
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Social Media Marketing*
Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Erigo Di Kota Surabaya

Surabaya, 09 Juli 2024

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing I


Dr. Dra. Ayun Maduwiranti, M.P
NPP. 20120.87.0103


Dra. Diana Juni Mulyati, M.M
NPP. 20120.85.0032

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 09 Juli 2024:

Dewan Penguji:

1. Dra. Diana Juni Mulyati, M.M
Ketua

()

2. Drs. Agung Pujiyanto, M.M
Anggota

()

3. Dra. Sri Andayani, M.M.
Anggota

()

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ninis Novita Sari
NBI : 1122000073
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Social Media Marketing*
Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Erigo Di Kota Surabaya

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesada-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatallkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 09 Juli 24
Yang Membuat Pernyataan



SEKILUH RIBULRUPIAH
10000
TOL 25
METERAI
TEMPEL
04BBAJX774556251

(Ninis Novita Sari)



**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 : Ninis Novita Sari
NBI : 1122000073
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Kota Surabaya.

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 09 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Ninis Novita Sari

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan terima kasih, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang tak terhingga sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, dan cinta tanpa batas. Tanpa mereka, saya tidak akan bisa mencapai titik ini.
3. Kakak, Adik dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam setiap langkah hidup saya.
4. Dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan ilmu serta arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman dan sahabat yang selalu ada di setiap suka dan duka, serta memberikan dukungan dan keceriaan sepanjang perjalanan ini.
6. Seluruh civitas akademika yang telah memberikan ilmu dan fasilitas selama saya menempuh pendidikan di universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Pihak-pihak lain yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Terima kasih atas segala bentuk dukungan, semangat, dan doa yang telah diberikan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

ABSTRAK

Bisnis di dunia fashion khususnya di Indonesia, telah mengalami peningkatan yang pesat. Tantangan utama yang dihadapi para pengusaha adalah memperoleh keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dalam merebut dan memertahankan pangsa pasar. Setiap pebisnis berusaha menarik perhatian calon pelanggan dengan memberikan informasi tentang produk yang mereka jual menggunakan strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Ambassador*, *Social Media Marketing* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian produk Erigo di Kota Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk metode pengumpulan data menggunakan E-Kuesioner melalui google form. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel brand ambassador, social media marketing dan online customer review berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Erigo di kota Surabaya. Secara simultan variabel *Brand Ambassador*, *Social Media Marketing* dan *Online Customer Review* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Erigo di kota Surabaya.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, *Social Media Marketing*, *Online Customer Review*, dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

Business in the world of fashion, especially in Indonesia, has experienced rapid growth. The main challenge faced by entrepreneurs is to gain a competitive advantage so that they can compete in capturing and maintaining market share. Every businessman tries to attract the attention of potential customers by providing information about the products they sell using marketing strategies. This research aims to determine and analyze the influence of Brand Ambassadors, Social Media Marketing and Online Customer Reviews on Erigo product purchasing decisions in the city of Surabaya. The number of samples used was 96 respondents using purposive sampling technique. The data collection method uses an E-Questionnaire via Google Form. The research results show that the variables of brand ambassador, social media marketing and online customer reviews partially influence the decision to purchase Erigo products in the city of Surabaya. Simultaneously, the variables Brand Ambassador, Social Media Marketing and Online Customer Review together influence the decision to purchase Erigo products in the city of Surabaya.

Keywords: *Brand Ambassador, Social Media Marketing, Online Customer Reviews, and Purchase Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO DI KOTA SURABAYA".

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar S1 Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P, selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Drs. Agung Pujianto, M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Suabaya.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M, selaku kepala Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M.M, selaku pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi yang tiada henti selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Awin Mulyati, M.M, selaku pembimbing kedua yang juga telah memberikan banyak masukan berharga dan dorongan moral.
6. Bapak/Ibu dosen Pogram Studi Administrasi Niaga Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta bimbingan selama penulis menempuh pendidikan.
7. Kepada Alm. Joko Santoso, seseorang yang saya sebut ayah dan berhasil membuat saya bangkit dari kata menyerah. Alhamdulillah kini saya bisa berada ditahap ini menyelesaikan karya tulis ini. Terima kasih sudah mengantarkan saya berada ditempat ini, meskipun pada akhirnya perjalanan ini harus saya lewati sendiri tanpa kau temani, serta kepada ibu saya Lailatul Rohmah, perempuan hebat yang selalu menjadi

penyemangat. Yang selalu memberikan doa, dukungan, serta semangat yang tiada henti.

8. Saudara Oki Dwi Prastyo dan Saudari Nabilah Indri Arisanti selaku kakak dan adik kandung saya yang terus memberikan doa dan dukungannya.
9. Anggun, Wida, Nindya, serta Teman-teman seangkatan mahasiswa program studi Adiministrasi Bisnis angkatan 2020 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah berbagi pengalaman dan kebersamaan selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 09 Juli 24
Penyusun,

Ninis Novita Sari

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II PENDAHULUAN	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.2 E-Commerce	21
2.2.3 Marketing Mix	22
2.2.4 Brand Ambassador	23

2.2.5	Social Media Marketing.....	25
2.2.6	Online Customer Review	28
2.2.7	Perilaku Konsumen	30
2.2.8	Keputusan Pembelian.....	34
2.3	Defnisi Konsep.....	41
2.4	Definisi Operasional.....	42
2.5	Kerangka Dasar Pemikiran	43
2.6	Pola Hubungan Antar Variabel	43
2.6.1	Pola Hubungan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian	43
2.6.2	Pola Hubungan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian	44
2.6.3	Pola Hubungan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian	44
2.6.4	Pola Hubungan Brand Ambassador, Social Media Marketing, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian.....	45
2.7	Hipotesis.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		47
3.1	Rancangan Penelitian	47
3.2	Populasi dan Sampel	47
3.3	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	48
3.4	Jenis Data dan Sumber Data	51
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6	Teknik Analisis Data.....	52
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.6.2	Regresi Linier Berganda	53
3.6.3	Uji Hipotesis	54
BAB IV PENYAJIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Penyajian Data	57

4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	57
4.1.2	Karakteristik Responden	58
4.1.3	Uji Instrumen	61
4.2	Tabulasi Data	63
4.3	Teknik Analisis Data.....	83
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	83
4.3.2	Uji Regresi Linier Berganda	87
4.3.3	Uji Hipotesis	88
4.4	Pembahasan	
4.4.1	Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian.....	92
4.4.2	Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian.....	93
4.4.3	Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian.....	93
4.4.4	Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian	94
BAB V	PENUTUP	97
5.1.	Kesimpulan	97
5.2.	Rekomendasi	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Definisi Operasional.....	42
Tabel 3.1 Skala Likert	49
Tabel 3.2 Interval rata-rata skor	50
Tabel 4.1 Kategori Produk Erigo	57
Tabel 4.2 Social Media yang digunakan oleh Erigo	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji validitas.....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.9 Interval Rata-rata Skor	63
Tabel 4.10 Hasil Tabulasi Variabel Brand Ambassador	63
Tabel 4.11 Hasil Tabulasi Variabel Social Media Marketing	66
Tabel 4.12 Hasil Tabulasi Variabel Online Customer Review	70
Tabel 4.13 Hasil Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.14 Tabel Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean Brand Ambassador.....	76
Tabel 4. 15 Tabel Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean Social Media Markerting.....	77
Tabel 4. 16 Tabel Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean Online Customer Review.....	79
Tabel 4. 17 Tabel Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai Mean Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas	83
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.20 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	87
Tabel 4. 21 hasil Uji t (parsial).....	89
Tabel 4. 22 Hasil Uji F (Simultan).....	91
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk <i>Fashion</i> menjadi primadona di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 merek <i>fashion local</i> yang jadi favorit.....	2
Gambar 1.3 Raffi Ahmad sebagai Brand Ambassador Erigo.....	3
Gambar 1.4 konten video yang dibuat oleh erigo	5
Gambar 1.5 negative online customer review	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 4.1 Uji Normalitas Model Histogram.....	84
Gambar 4.2 Uji Normalitas Model P-Plot.....	84
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	103
Lampiran 2 Hasil Tabulasi.....	108
Lampiran 3 Kartu Bimbingan.....	120
Lampiran 4 Surat Keterangan Turnitin.....	122
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	123
Lampiran 6 Lembar Revisi.....	124