

**PENGARUH DISCOUNT DAN BRAND AMBASSADOR  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI SHOPEE INDONESIA  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN SHOPEE DI KOTA SURABAYA  
SELATAN)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen Program Studi Manajemen



**Diajukan Oleh :**

**Basa Putriani S**

**NPM : 18420151**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Basa Putriani Sihombing  
NPM : 18420151  
Alamat : Jl. Kupang Gunung Baray IX no ^  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul "PENGARUH INFLUENCER MARKETING, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW. (STUDI KASUS PADA KONSUMEN MS GLOW DI KOTA SURABAYA)" adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yang membuat pernyataan



(Basa Putri S)

NPM: 18420151

## SKRIPSI

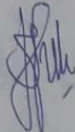
PENGARUH DISCOUNT DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN DI SHOPEE INDONESIA  
(Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Kota Surabaya Selatan)

Diajukan Oleh :

BASA PUTRIANIS  
NPM : 18420151

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING

Diah Julindrastuti, SE, M.AkTanggal, 27. Juli 2022

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Kristiningsih, SE., M.SITanggal, 27. Juli 2022

## SKRIPSI

PENGARUH DISCOUNT DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN DI SHOPEE INDONESIA  
(Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Kota Surabaya Selatan)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**BASA PUTRIANIS**

NPM : 18420151

**Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing Utama



**Dajah Julindrastuti, SE, M.Ak**

Anggota Dewan Penguji Lain



**Dr. Kristiningsih, SE, M.Si**



**Husni Indrawati Wijaya Putri, SE.,MM**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, 29 Agustus 2022



**Dr. Kristiningsih, SE, M.Si**  
Ketua Program Studi Manajemen

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH DISCOUNT DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI SHOPEE INDONESIA (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI KOTA SURABAYA SELATAN)” ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dijah Julindrastuti, SE, M.Ak selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bantuan serta bimbingan selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Djojo Dihadjo, SE., MM., M.Ak selaku dosen wali yang telah memberikan arahan selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

6. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Kedua orangtua saya, Papa tercinta R.Sihombing dan Mama tercinta St. SM br Siagian yang memberikan dukungan moril dan material serta selalu mendoakan saya setiap waktu.
8. Abang dan kakak ipar saya, Binsar Sihombing dan Dewi Sartika Sagala tercinta yang selalu mensupport saya dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Bapak Pdt. Agus Sidauruk M,Th dan Ibu Biv. Risma Sinaga terkasih yang memberikan dukungan moril dan material serta selalu membawa saya di dalam doa.
10. Dian Ayu, Ani, Arny, Risa, Putri Karimah sahabatku yang selalu membantu dan memberikan masukan saat mengerjakan skripsi, selalu mengingatkan dan memberi semangat saya untuk mengerjakan skripsi.

Sebagai penulis biasa Penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh Penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala saran dan kritik serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Surabaya, 06 Juni 202

Penulis

Basa Putriani S

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv

Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xi
Abstrak.....	xi
Abstract.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Discount .....	8
2.1.2.1 Definisi Discount.....	8
2.1.2.2 Jenis-jenis discount.....	8
2.1.2.3 Bentuk Diskon.....	9
2.1.2.4 Indikator Discount.....	10
2.1.3 Brand ambassador .....	11
2.1.3.1 Definisi Brand Ambassador.....	11
2.1.3.2 Karakteristik Brand Ambassador.....	11
2.1.3.3 Peranan Brand Ambassador.....	12
2.1.3.4 Indikator Brand Ambassador.....	13
2.1.4 Minat beli .....	14
2.1.4.1 Definisi Minat Beli .....	14
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	15
2.1.4.3 Indikator Minat Beli .....	15
2.1.5 Hubungan antara Variabel.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu .....	17
2.2 Hipotesi Penelitian Dan Model Analisis.....	18
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	18

2.3.2	Model Analisis .....	18
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	19
3.2	Populasi dan Sampel .....	20
3.2.1	Populasi .....	20
3.2.2	Sampel.....	20
3.3	Teknik Pengambilan sampel .....	21
3.4	Variabel Penelitian.....	21
3.5	Definisi Operasional Penelitian.....	22
3.6	Jenis dan Sumber Data.....	23
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.8	Teknik Analisis Data .....	24
3.8.1	Uji Validitas .....	24
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	24
3.8.3	Uji Asumsi Klasik .....	25
3.8.3.1	Uji Normalitas .....	25
3.8.3.2	Uji Multikolinieritas .....	25
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	26
3.8.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	26
3.8.5	Uji Hipotesis.....	27
3.8.5.1	Uji t (Parsial) .....	27
3.8.5.2	Uji f (Simultan).....	27
3.8.5.3	Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	28
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	29
4.1.1	Sejarah Berdirinya SHOPEE.....	29
4.2	Hasil Penelitian .....	31
4.2.1	Jenis Kelamin Responden .....	31
4.2.2	Usia Responden.....	31
4.2.3	Pekerjaan Responden .....	32
4.2.4	Pendapatan Responden.....	32



4.2.5	Berapa Kali Responden Membeli .....	33
4.2.6	Jenis Barang Yang Dibeli Responden.....	33
4.2.7	Berapa Banyak Reponden Yang Mengenal Arya Saloka & Amanda Manopo.....	34
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	34
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden.....	35
4.3.1.1	Karakteristik Responden Terhadap Discount (X1).....	35
4.3.1.2	Karakteristik Responden Terhadap Brand Ambassador (X2).....	36
4.3.1.3	Karakteristik Responden Terhadap Minat Beli (Y)	37
4.4	Analisis Data.....	38
4.4.1	Uji Validitas .....	38
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	40
4.4.3	Uji Asumsi Klasik .....	40
4.4.3.1	Uji Normalitas .....	40
4.4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	41
4.4.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	43
4.4.4	Uji Regresi Linier Berganda .....	44
4.4.5	Uji Hipotesis.....	45
4.4.5.1	Uji Parsial (T).....	45
4.4.5.2	Uji Simultan (F).....	47
4.4.5.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
4.5	Pembahasan.....	48
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN .....		50
5.1	Kesimpulan .....	50
5.2	Saran.....	50
5.3	Keterbatasan.....	51
Daftar Pustaka.....		53
Lampiran .....		55



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia .....	31
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	32
Tabel 4.5	Data Responden Berdasarkan Berapa Kali membeli .....	33
Tabel 4.6	Data Responden Berdasarkan Jenis Barang Yang Di Beli.....	33
Tabel 4.7	Data Responden Berdasarkan Yang Mengenal Arya & Amanda .	34
Tabel 4.8	Responden Terhadap Discount (X1).....	35
Tabel 4.9	Responden Terhadap Brand Ambassador (X2).....	36
Tabel 4.10	Responden Terhadap Minat Beli (Y).....	37
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas .....	40
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas .....	42
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Persamaan Regresi linier Berganda .....	44
Tabel 4.15	Hasil Uji Parsial (T) .....	46
Tabel 4.16	Uji Simultan (F) .....	47
Tabel 4.17	Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	48

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1	Jumlah Unduhan Shopee di Google Play Store .....	30
Gambar 4.2	Curva Normal Probability Plot.....	41
Gambar 4.3	Scatterplot .....	43

## ABSTRAK

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang dilakukan pada marketplace shopee di indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh *discount* dan *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen shopee di kota surabaya selatan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah seluruh konsumen dan calon konsumen shopee di kota surabaya selatan dengan sampel sebanyak 75 responden. Data diolah secara statistik dengan program SPSS 20, yaitu model uji t, uji f dan uji koefisien determinan ( $R^2$ ). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel discount berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen shopee di kota surabaya selatan. Variabel brand ambassador berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen shopee di kota surabaya selatan.

Kata kunci : Discount, Brand Ambassador, Minat Beli

### **ABSTRACT**

*This research is a type of quantitative research conducted on the shopee marketplace in indonesia. This study aims to determine whether or not there is an influence of discounts and brand ambassador on shopee consumers buying interest in the city of south surabaya with a sample of 75 respondents. The data were statistically processed using the SPSS 20 program, namely the t test model, f test and the coefficient of determination test ( $R^2$ ). The results of this study indicate that the discount variable has a significant effect on the buying interest of shopee consumers in the city of south surabaya. The brand ambassador variable has a significant effect of shopee consumers in the city of south surabaya.*

*Keywords: Discount, Brand Ambassador, Buying Interest.*