

**PENGARUH IKLAN DAN *BRAND AMBASSADOR* TOKOPEDIA X BTS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

ELIA ULFA RAHMAWATI

NPM : 16420115

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2020

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **ELIA ULFA RAHMAWATI**

NPM : **16420115**

Alamat : **MENGANTI SATELIT INDAH blok AS-30, GRESIK**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Fakultas : **EKONOMI DAN BISNIS**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH IKLAN DAN *BRAND AMBASSADOR* TOKOPEDIA X BTS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA** adalah benar benar karya sendiri dan bebas dari plagiat dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 7 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



Elia Ulfa Rahmawati

NPM : 16420115

SKRIPSI
PENGARUH IKLAN DAN *BRAND AMBASSADOR* TOKOPEDIA X BTS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA

Diajukan Oleh:

ELIA ULFA RAHMAWATI
NPM: 16420115

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



DEWI NURAINI, SE., MSM.

Tanggal, 7 Agustus 2020

KETUA PROGRAM STUDI



Dr, SITI DJAMILAH, SE., MSi

Tanggal, 7 Agustus 2020

Skripsi

**PENGARUH IKLAN DAN *BRAND AMBASSADOR* TOKOPEDIA X BTS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

Dipersiapkan dan disusun Oleh :

**ELIA ULFA RAHMAWATI
NPM: 16420115**

Susunan dewan penguji

Pembimbing Utama



Dewi Nuraini, SE., M.SM.

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si

.....


Evianah, SE, M.Si
.....

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 7 Agustus 2020



Dr. Siti Djamilah, SE., MSi
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **PENGARUH IKLAN DAN BRAND AMBASSADOR TOKOPEDIA X BTS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA** Tujuan penyusunan skripsi ini adalah guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Strata (S1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini sangat sulit terwujud sebagaimana yang diharapkan, tanpa bimbingan dan bantuan selama proses pembuatan skripsi ini. Sehingga dalam kesempatan ini penulis sampaikan rasa terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Drs. Ec. Gimanto G.,MM,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma serta segenap jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma.
2. Ibu Ni Ketut Yulia Agustin, SE. MM. selaku Dosen Wali yang selalu memberikan nasihat, saran dan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan.
3. Ibu Dewi Nuraini, SE., MSM. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing serta memberi masukan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
4. Seluruh jajaran pengajar Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma.
5. Kedua orang tua saya dan kakak serta saudara sepupu saya beserta seluruh keluarga besar saya, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian serta pengertiannya selama proses pengerjaan skripsi ini.
6. Teman-temanku dari awal perkuliahan hingga sekarang Kiki Putriana Hapsari, Maulidia Nur Cahyani, dan Karina Anjarsari terima kasih selama

ini telah menjadi sahabat dan saudara bagi penulis, terima kasih atas kebersamaan, dukungan dan bantuan selama ini.

7. Teman-teman kelas Manajemen C angkatan 2016 dan teman teman lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian serta pengertiannya selama proses pengerjaan skripsi ini.
8. Kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Surabaya, 13 Juli 2020

Penulis

Elia Ulfa Rahmawati

NPM. 16420115

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAKSI	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika skripsi.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran	11
2.1.3 Iklan	12
2.1.3.1 Tujuan Iklan.....	12
2.1.3.2 Manfaat Iklan.....	13
2.1.3.3 Pengaruh Iklan.....	14
2.1.3.4 Media Iklan.....	14
2.1.3.5 Indikator Iklan	15
2.1.4 Brand Ambassador (Duta Merek).....	16
2.1.4.1 Karakteristik Brand Ambassador (Duta Merek)	17

2.1.4.2	Manfaat Brand Ambassador (Duta Merek)	18
2.1.4.3	Indikator Brand Ambassador (Duta Merek)...	20
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	21
2.1.5.1	Proses Pengambilan Keputusan pembelian	22
2.1.5.2	Faktor – faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	23
2.1.5.3	Indikator Keputusan Pembelian	25
2.2	Pengaruh antar variable.....	26
2.2.1	Pengaruh Iklan Tokopedia X BTS Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.2.2	Pengaruh Brand ambassador BTS Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3	Penelitian terdahulu.....	27
2.4	Kerangka konseptual	28
2.5	Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		30
3.1	Pendekatan Penelitian	30
3.2	Populasi Dan Sampel	30
3.2.1	Populasi.....	30
3.2.2	Sampel.....	30
3.3	Identifikasi Variabel.....	31
3.3.1	Variabel Independen Atau Bebas.....	31
3.3.2	Variabel Dependent Atau Terikat	32
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5	Skala Pengukuran.....	33
3.6	Jenis Dan Sumber Data	34
3.6.1	Jenis Data	34
3.6.2	Sumber Data.....	34
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.8.1	Uji Validitas	35

3.8.2	Uji Reliabilitas	36
3.9	Teknik Analisa	37
3.9.1	Analisis Regresi Logistik.....	37
3.9.2	Uji kelayakan regresi logistic.....	38
3.9.3	Uji hipotesis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Gambaran Umum Perusahaan Tokopedia.....	40
4.1.1	Sejarah perusahaan.....	40
4.1.2	Produk Tokopedia	41
4.2	Hasil Penelitian	41
4.2.1	Karakteristik responden	41
4.2.1.1	Berdasarkan usia.....	41
4.2.1.2	Berdasarkan jenis kelamin.....	42
4.2.1.3	Berdasarkan pekerjaan.....	42
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	43
4.3	Uji validitas dan Reliabilitas	45
4.3.1	Uji validitas	45
4.3.2	Uji reliabilitas.....	46
4.4	Analisa hasil penelitian	47
4.4.1	Hasil analisis regresi logistic.....	47
4.4.2	Uji Kelayakan Model Regresi Logistik	47
4.5	Pembahasan.....	52
4.5.1	Pengaruh Variabel Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.5.2	Pengaruh Variabel <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN		54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran.....	54
5.3	Keterbatasan	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Iklan	43
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Brand Ambassador (Duta Merek).....	44
Tabel 4.6	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.8	Taksiran Parameter β Model Binary Logistic.....	47
Tabel 4.9	Uji Wald.....	48
Tabel 4.10	Uji Likelihood Ratio	49
Tabel 4.11	Cox & Snell Square dan Nagelkerke R Square	51
Tabel 4.12	Hosmer and Lemeshow Test.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peringkat E-Commerce Dengan Pengunjung Terbesar	4
------------	---	---

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan dan brand ambassador Tokopedia X BTS terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Hipotesis satu dari penelitian ini adalah iklan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia dan hipotesis dua adalah brand ambassador Tokopedia X BTS berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang mengetahui tentang iklan Tokopedia X BTS. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 120 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Iklan dan Brand Ambassador. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Sebelum dilakukan analisis regresi logistik, dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil yang valid dan reliable. Dari hasil uji regresi logistik membuktikan bahwa iklan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia dan Brand Ambassador berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Dengan demikian, hipotesis satu ditolak dan hipotesis dua diterima.

Kata kunci: Iklan, Brand Ambassador, Keputusan Pembelian, Tokopedia

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of Tokopedia X BTS advertising and brand ambassadors on purchasing decisions at Tokopedia. Hypothesis one of this research is that advertising has a significant influence on purchasing decisions in Tokopedia and hypothesis two is that Tokopedia X BTS brand ambassadors significantly influence purchasing decisions in Tokopedia. The population in this study were people who know about Tokopedia X BTS advertisement. The sample in this study of 120 respondents. The independent variables in this study are Advertising and Brand Ambassador. The dependent variable in this study is the Purchasing Decision. The analysis technique in this study is logistic regression analysis. Prior to logistic regression analysis, validity and reliability tests were performed. The results of the validity and reliability test showed valid and reliable results. From the logistic regression test results prove that advertising does not significantly influence purchasing decisions at Tokopedia and Brand Ambassador significantly influence purchasing decisions at Tokopedia. Thus, hypothesis one is rejected and hypothesis two is accepted.

Keywords: Advertising, Brand Ambassador, Purchasing Decision, Tokopedia

