

**PENGARUH PROMOSI, *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PENGGUNA TOKOPEDIA DI
JABODETABEK**

Dewi Amalia Probosini

1707617028



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

***THE EFFECT OF PROMOTION, BRAND AMBASSADOR ON
PURCHASE DECISIONS AND BRAND IMAGE AS
INTERVENING VARIABLES OF TOKOPEDIA USERS IN
JABODETABEK***

Dewi Amalia Probosini

1707617028



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This thesis was written as one of the requirements to obtain a Bachelor of Education Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta

BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

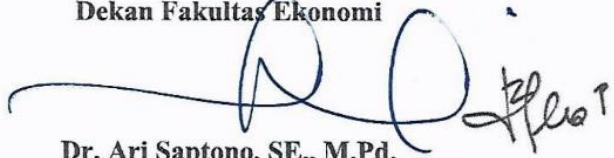
2021

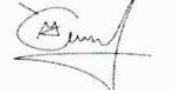
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd.
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Corry Yohana, M.M NIP. 195909181985032011 (Ketua Pengaji)		06 Agustus 2021
2	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001 (Pengaji 1)		19 Agustus 2021
3	Ryna Parlyna, M.B.A. NIP.197701112008122003 (Pengaji 2)		16 Agustus 2021
4	Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si. NIP. 196610302000121001 (Pembimbing 1)		06 Agustus 2021
5	Muhammad Yusuf, SE., MM. NIP. 198906202020121006 (Pembimbing 2)		20 Agustus 2021

Nama : Dewi Amalia Probosini
No. Registrasi : 1707617028
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 28 Juli 2021

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Dewi Amalia Probosini

NIM. 1707617028

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dewi Amalia Probosini
NIM : 1707617028
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : dewiamaliaprobosini5@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Promosi, Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian dan Brand Image sebagai Variabel Intervening Pengguna Tokopedia di Jabodetabek

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2021

(Dewi Amalia Probosini)

ABSTRAK

DEWI AMALIA PROBOSINI. Pengaruh Promosi, *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Dan *Brand Image* Sebagai Variabel *Intervening* Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek. Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2021.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *promosi*, *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian dan *brand image* sebagai variabel *intervening* pengguna Tokopedia pada masyarakat Jabodetabek. Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih enam bulan dari Januari 2021 hingga Juni 2021. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode *survei* dengan teknik *purposive sampling*, yang dimana mencari tahu sesuai dengan kriteria tertentu dan disebarluaskan melalui *google form*. Sedangkan analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah analisis *SEM AMOS* dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang dilibatkan adalah pengguna Tokopedia khusus pernah membeli di Tokopedia pada wilayah Jabodetabek sebanyak 200 responden. Hasil penelitian tersebut yaitu promosi, *brand ambassador* dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara persial, variabel promosi, *brand ambassador* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: Promosi, *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, Tokopedia

ABSTRACT

DEWI AMALIA PROBOSINI. *Effect of Promotion, Brand Ambassador on Purchase Decisions and Brand Image as Intervening Variables for Tokopedia Users in Jabodetabek. Jakarta: Business Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2021.*

The purpose of this study was to determine the effect of promotion, brand ambassador on purchasing decisions and brand image as an intervening variable for Tokopedia users in the Jabodetabek community. This research was conducted for approximately six months from January 2021 to June 2021. The method used by the researcher is a survey method with purposive sampling technique, which seeks to find out according to certain criteria and is distributed via google form. While the analysis used in this study is AMOS SEM analysis using quantitative methods. The population involved is special Tokopedia users who have purchased at Tokopedia in the Jabodetabek area as many as 200 respondents. The results of this study are promotion, brand ambassador and brand image simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions. While partially, the variables of promotion, brand ambassador and brand image have a positive and significant effect.

Keyword: *Promotion, Brand Ambassador, Brand Image, Purchase Decision, Tokopedia*

Lembar Persembahan

Motto:

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al Insyirah:5)

“Maybe I made a mistake yesterday, but yesterday’s me is still me. I am who I am today, with all my faults. Tomorrow I might be a tiny bit wiser, and that’s me, too.

These faults and mistakes are what I am, making up the brightest stars in the constellation of my life. I have come to love myself for who I was, who I am, and who I hope to become”

(Kim Namjoon BTS)

“Usaha adalah sesuatu yang harus kamu lakukan untuk menuju kesuksesan. Tidak ada kata terlambat untuk kamu yang ingin terus mau berusaha di dalam hidup ini.

Yang ada hanyalah penyesalan jika kamu tidak melakukan sebaik mungkin”

(Jeon Jungkook BTS)

Dengan mengucap syukur kepada Allah SWT atas segala keadaaan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini Saya persembahkan untuk kedua orang tua dan adik-adik yang senantiasa selalu memberikan semangat, dorongan, serta doa selama proses penyusunan skripsi. Skripsi ini juga Saya persembahkan untuk dosen pembimbing yaitu Bapak Nurdin Hidayat dan Bapak Muhammad Yusuf yang sudah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini. Tidak lupa saya persembahkan juga untuk sahabat saya Alyssa, Ayu, Fitri, Sucika, Nofi yang sudah berproses bersama dan saling bertukar keluh kesah selama penyusunan skripsi. Last but not least, skripsi ini juga Saya persembahkan untuk diri sendiri yang sudah mampu berjuang dan bertahan sejauh ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “*Pengaruh Promosi, Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian dan Brand Image sebagai Variabel Intervening Pengguna Tokopedia di Jabodetabek.*”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penyusunan proposal skripsi ini Peneliti banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Ryna Parlyna, MBA., selaku Koordinator Program Studi S1 Pensdidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan ilmu dan saran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
4. Muhammad Yusuf, SE., MM., selaku Dosen Pembimbim II yang telah memberikan arahan dan saran serta dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah membimbing serta memberikan ilmu yang bermanfaat dan berguna.
6. Kedua orang tua yaitu Bapak Karmiyo dan Ibu Kartika Sari serta adik saya Wahyu Agung Utomo serta keluarga Zumrowi yang telah memberikan dukungan doa maupun materil hingga selesainya skripsi ini.
7. Terimakasih untuk BTS. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook yang selalu

memberikan hiburan dan menjadi moodbooster di saat peneliti Lelah, serta menjadi inspirasi saat peneliti mengerjakan Skripsi ini.

8. Teman sekaligus sahabat terutama Fhatasya Delia Pujiandra, Soon To Be S.Pd, Sukses Muda, Homos yang selalu mendukung, memotivasi dan memberikan hiburan selama penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2017 yang telah membantu Peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam bentuk maupun isinya. Oleh karena itu, diharapkan agar pembaca dapat memberikan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman bagi yang membaca dan mempelajarinya. Akhir kata, Peneliti ucapan terima kasih.

Jakarta, 16 April 2021

Dewi Amalia Probosini

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Latar Belakang Teori.....	14
2.1.1 Deskripsi Konseptual	14
2.1.2 Hasil Penelitian yang Relevan	25
2.2 Kerangka Teori dan Perumusan Hipotesis	36
2.2.1 Kerangka Teoritik	36
2.2.2 Perumusan Hipotesis	43
BAB III	45
METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	45
3.1.1 Tempat Penelitian.....	45
3.1.2 Waktu Penelitian	45
3.2 Pendekatan Penenlitian.....	45
3.3 Populasi dan Sampling	47
3.4 Penyusunan Instrumen	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	54

3.6	Teknik Analisis Data	54
1.	Analisis Deskriptif.....	54
2.	Uji Validitas	55
3.	Uji Reliabilitas.....	56
4.	Uji Hipotesis.....	57
5.	Uji Mediasi	60
6.	Pilot Study	60
	BAB IV	73
	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	73
A.	Deskripsi Data	73
1.	Profil Responden	73
2.	Analisis Deskriptif.....	77
3.	Uji Confirmatory Factor Analysis	94
4.	Fit Model	96
5.	Uji Hipotesis.....	97
6.	Uji Mediasi	100
B.	Pembahasan.....	101
1.	Promosi terhadap <i>Brand Image</i>	101
2.	<i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Brand Image</i>	102
3.	Promosi terhadap Keputusan Pembelian	103
4.	<i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	104
5.	<i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	104
6.	Promosi terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
7.	<i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Image</i>	106
	BAB V.....	108
	PENUTUP.....	108
A.	Kesimpulan	108
B.	Implikasi.....	110
C.	Keterbatasan penelitian	112
D.	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	112
	Daftar Pustaka	114

LAMPIRAN	121
Lampiran 1. Form Konsultasi Skripsi	121
Lampiran 2. Kuesioner Survei Awal Penelitian.....	122
Lampiran 3. Kuesioner Pilot Study dan Penelitian (Final)	126
Lampiran 4. Jawaban Pernyataan Responden Pilot Study	130
Lampiran 5. Hasil <i>Exploratory Factor Analysis (EFA)</i> dan Uji Reliabilitas Pilot Study	133
Lampiran 6. Jawaban Pernyataan Responden Kuesioner Final	139
Lampiran 7. Hasil <i>Exploratory Factor Analysis (EFA)</i> Penelitian	148
Lampiran 8. Hasil Uji Coba Reliabilitas Penelitian (Final)	152
Lampiran 9. Hasil Confirmatory Factor Analysis Model Awal.....	156
Lampiran 10. Hasil Confirmatory Factor Analysis Model Fit.....	158
Lampiran 11. Hasil Pengujian Hipotesis.....	162
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	165



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Hasil Penelitian yang Relevan	31
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Pengguna Tokopedia	73
Tabel 4. 2 Usia Pengguna Tokopedia	74
Tabel 4. 3 Domisili Pengguna Tokopedia.....	75
Tabel 4. 4 Status Pekerjaan Pengguna Tokopedia	76
Tabel 4. 5 Statistika Deskriptif Variabel Promosi	77
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Pernyataan Indikator Promosi.....	78
Tabel 4. 7 Hasil MSA dan Bartletts's Variabel Promosi	79
Tabel 4. 8 Hasil Eigenvalues Variabel Promosi.....	80
Tabel 4. 9 Hail Factor Loading dan Cronbach' Alpha Variabel Promosi.....	80
Tabel 4. 10 Statistika Deskriptif Variabel Brand Ambassador	81
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Jawaban Pernyataan Indikator Brand Ambassador.....	82
Tabel 4. 12 Hasil MSA dan Bartletts's Variabel Brand Ambassador.....	83
Tabel 4. 13 Hasil Eigenvalues Variabel Brand Ambassador	84
Tabel 4. 14 Hasil Factor Loading dan Cronbach' Alpha Variabel Brand Ambassador.....	84
Tabel 4. 15 Statistika Deskriptif Variabel Brand Image	85
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi Jawaban Pernyataan Indikator Brand Image	86
Tabel 4. 17 Hasil MSA dan Bartletts's Variabel Brand Image.....	88
Tabel 4. 18 Hasil Eigenvalues Variabel Brand Image	88
Tabel 4. 19 Hail Factor Loading dan Cronbach' Alpha Variabel Brand Image ...	89
Tabel 4. 20 Statistika Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	90
Tabel 4. 21 Distribusi Frekuensi Jawaban Pernyataan Indikator Keputusan Pembelian.....	91
Tabel 4. 22 Hasil MSA dan Bartletts's Variabel Keputusan Pembelian	93
Tabel 4. 23 Hasil Eigenvalues Variabel Keputusan Pembelian.....	93
Tabel 4. 24 Hasil Factor Loading dan Cronbach' Alpha Variabel Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 4. 25 Hasil Pengujian GOF Full Model	95
Tabel 4. 26 Hasil Pengujian GOF Model Fit	96
Tabel 4. 27 Regression Weights: (Group number 1 – Default model)	97
Tabel 4. 28 Standardized Regression Weights: (Group number 1 – Default model)	98
Tabel 4. 29 Standardized Indirect Effects	100
Tabel 4. 30 Standardized Indirect Effects-Two Tailed Significance (BC)	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan transaksi e-commerce di Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 Persaingan e-commerce Indonesia	4
Gambar 1. 3 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019.....	5
Gambar 1. 4 Top website ranking	6
Gambar 1. 5 Trending topik di Twitter	8
Gambar 1. 6 Alasan berbelanja menggunakan aplikasi tokopedia	9
Gambar 1. 7 Faktor melakukan keputusan membeli di tokopedia.....	10
Gambar 3. 1 Konstelasi Hubungan Antar Variabel	47
Gambar 4. 1 Grafik Jenis Kelamin Pengguna Tokopedia.....	73
Gambar 4. 2 Grafik Usia Pengguna Tokopedia	74
Gambar 4. 3 Grafik Domisili Pengguna Tokopedia.....	75
Gambar 4. 4 Grafik Status Pekerjaan Pengguna Tokopedia	76
Gambar 4. 5 Output Confirmatory Factor Analysis Full Model.....	95
Gambar 4. 6 Output Confirmatory Factor Analysis Fit Model.....	96
Gambar 4. 7 Output Hasil Pengujian Hipotesis	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Form Konsultasi Skripsi	121
Lampiran 2. Kuesioner Survei Awal Penelitian.....	122
Lampiran 3. Kuesioner Pilot Study dan Penelitian (Final)	126
Lampiran 4. Jawaban Pernyataan Responden Pilot Study	130
<i>Lampiran 5. Hasil Explaratory Factor Analysis (EFA) dan Uji Reliabilitas Pilot Study</i>	133
Lampiran 6. Jawaban Pernyataan Responden Kuesioner Final	139
Lampiran 7. Hasil Explaratory Factor Analysis (EFA) Penelitian	148
Lampiran 8. Hasil Uji Coba Reliabilitas Penelitian (Final)	152
Lampiran 9. Hasil Confirmatory Factor Analysis Model Awal.....	156
Lampiran 10. Hasil Confirmatory Factor Analysis Model Fit.....	158
Lampiran 11. Hasil Pengujian Hipotesis.....	162