



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *PROMOTION*, DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP *BRAND SWITCHING* PADA *ONLINE MARKETPLACE* TOKOPEDIA.**

**SKRIPSI**

**FIONA JULIYATI POETRI**

**1810111243**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA**

**2022**



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *PROMOTION*, DAN *VARIETY SEEKING* TERHADAP *BRAND SWITCHING* PADA *ONLINE MARKETPLACE* TOKOPEDIA.**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**FIONA JULIYATI POETRI**

**1810111243**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA**

**2022**

**USULAN PENELITIAN**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, PROMOTION, DAN VARIETY SEEKING* TERHADAP *BRAND SWITCHING* PADA *ONLINE MARKETPLACE* TOKOPEDIA.**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**FIONA JULIYATI POETRI 1810111243**

**Dosen Pembimbing**



**Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.**

**Jakarta, 08 Oktober 2021**

**Mengatahui,**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



**Wahyudi SE, MM**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fiona Juliyati Poetri

NIM : 1810111243

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 27 Desember, 2021

Yang menyatakan,



Fiona Juliyati Poetri

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Fiona Juliyati Poetri  
NIM : 1810111243  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, PROMOTION, DAN VARIETY SEEKING  
TERHADAP BRAND SWITCHING PADA ONLINE MARKETPLACE  
TOKOPEDIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : DKI Jakarta  
Pada tanggal : 27 Desember 2021  
Yang menyatakan,



Fiona Juliyati Poetri

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, PROMOTION, DAN VARIETY SEEKING* TERHADAP *BRAND SWITCHING* PADA *ONLINE MARKETPLACE TOKOPEDIA.***

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**FIONA JULIYATI POETRI**

**1810111243**

**Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal: 13 Januari**



**Suharyati S.E., M.M.**

**Ketua Penguji**



**Dr. Alfatih S.Manggabarani, S.E., M.Si., CMIP**

**Penguji I**



**Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M**

**Penguji II (Pembimbing)**



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS**

**Dekan**



**Wahyudi, S.E., MM**

**Ketua Program Studi**

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 13 Januari 2022

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, PROMOTION,  
VARIETY SEEKING THROUGH BRAND SWITCHING IN ONLINE  
MARKETPLACE TOKOPEDIA***

**Fiona Juliyati Poetri**

***Abstract***

*This study aims to find out how the influence of brand ambassadors, promotions, and variety seeking on brand switching in the Tokopedia online marketplace. This study uses quantitative methods with primary data sources. The population of this study are e-commerce users, one of which is Tokopedia in the Jakarta area and a sample of 100 respondents who were collected using a non-probability sampling technique with purposive sampling type. From the results of data processing with SmartPLS, it can be concluded that brand ambassadors have a positive and significant effect on purchasing decisions of 0.038, promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions of 0.004, and variety seeking has a positive and significant effect on purchasing decisions of 0.015.*

***Keywords:*** *Brand Switching, Brand Ambassador, Promotion, Variety Seeking, and Online Marketplace*

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, PROMOTION, DAN VARIETY SEEKING*  
TERHADAP *BRAND SWITCHING* PADA *ONLINE MARKETPLACE*  
TOKOPEDIA**

**Fiona Juliyati Poetri**

**Abstrak**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh brand ambassador, promotion, dan variety seeking terhadap brand switching pada online marketplace Tokopedia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data primer. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna e-commerce yang salah satunya adalah Tokopedia yang berada di wilayah Jakarta dan sampel sebanyak 100 responden yang dikumpulkan menggunakan teknik non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Dari hasil olah data dengan SmartPLS maka dapat disimpulkan bahwa brand ambassador berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,038, promotion berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,004, dan variety seeking berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,015.

**Kata kunci :** *Brand Switching, Brand Ambassador, Promotion, Variety Seeking, dan Online Marketplace*



**BERITA ACARA**  
**UJIAN SKRIPSI/TESIS/TUGAS AKHIR**  
**SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2021/2022**

Pada hari ini Kamis tanggal 13 Januari 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:



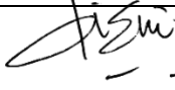
Nama : Fiona Juliyati Poetri  
NIM : 1810111243  
Program : Manajemen S.1

Judul Skripsi/Tesis/Tugas Akhir :

**“Pengaruh *Brand Ambassador*, *Promotion*, Dan *Variety Seeking* Terhadap *Brand Switching* Pada *Online Marketplace* Tokopedia”**

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / ~~Tidak Lulus~~)

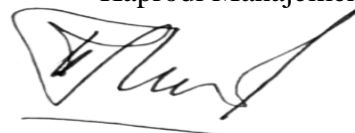
**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati, SE, MM	Ketua Penguji	1. 
2	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Penguji I	2. 
3	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E, M.M.	Penguji II **)	3. 

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

Jakarta, 26 Januari 2022  
Mengesahkan A.n. Dekan  
Kaprodi Manajemen S1



Wahyudi, SE., MM

## PRAKATA

Segala Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan kasih dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyusun proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Brand Ambassador, Promotion, Dan Variety Seeking Terhadap Brand Switching Pada Online Marketplace Tokopedia*”** dapat diselesaikan. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi S1 manajemen di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah mendukung dan membantu penulis untuk menyusun penelitian ini. Pihak-pihak tersebut ialah yang pertama Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan dukungan penuh dan juga arahan yang sangat baik dalam proses pembuatan skripsi ini. Selanjutnya ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Orang tua saya yang turut menyemangati saya untuk terus berjuang hingga akhir dan membantu dalam pembuatan skripsi ini juga selalu memberikan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada rekan rekan mahasiswa Manajemen yang membantu saya dalam menyusun skripsi ini dan yang selalu bersedia untuk mendengarkan keluh dan kesah penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Demikian yang dapat saya sampaikan, peneliti menerima segala kritik dan saran yang membangun yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam menyusun penelitian berikutnya. Penulis mohon maaf apabila terdapat kekurangan dan menyadari bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari kata sempurna.

Jakarta, 27 Desember 2021



Fiona J.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
<i>Abstract</i> .....	7
Abstrak .....	8
PRAKATA.....	10
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
I.1    Latar Belakang .....	1
I.2    Perumusan Masalah .....	6
I.3    Tujuan Penelitian .....	6
I.4    Manfaat Hasil Penelitian .....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA .....	8
II.1    Landasan Teori.....	8
II.1.1    Manajemen Pemasaran.....	8
II.1.2    Perilaku Konsumen .....	8
II.1.3 <i>Brand Switching</i> .....	9
II.1.4 <i>Brand Ambassador</i> .....	11
II.1.5 <i>Promotion</i> .....	12
II.1.6 <i>Variety Seeking</i> .....	14
II.2    Hasil Penelitian Sebelumnya .....	15
II.3    Model Penelitian .....	20
II.4    Hipotesis.....	20
BAB III .....	21
METODOLOGI PENELITIAN.....	21
III.1    Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	21

III.1.1	Definisi Operasional .....	21
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	21
III.2.2	Penentuan Populasi dan Sampel .....	22
III.2.1	Populasi.....	22
III.2.2	Sampel.....	23
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	23
III.3.1	Jenis Data .....	23
III.3.2	Sumber Data.....	24
III.3.3	Pengumpulan Data .....	24
III.4	Teknik Analisis Data.....	25
III.4.1	Teknik Analisis Data Deskriptif .....	25
III.4.2	Teknik Analisis Data Inferensial.....	26
III.4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	29
III.4.4	Uji Hipotesis .....	30
BAB IV	.....	32
HASIL DAN PEMBAHASAN	.....	32
IV. 1	Deskripsi Objek Penelitian.....	32
IV. 2	Deskripsi Data Penelitian .....	33
IV.2.1	Deskripsi Data Responden .....	34
IV.2.2	Analisis Data Deskriptif.....	36
IV.3.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	42
IV.3.3	Uji Hipotesis .....	43
IV.3.1.1	Uji T .....	44
IV.4.	Pembahasan.....	45
IV.4.1	Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Switching.....	45
IV.4.2	Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Brand Switching</i> .....	46
IV.4.3	Pengaruh Variety Seeking Terhadap Brand Switching.....	47
BAB V	.....	50
SIMPULAN DAN SARAN	.....	50
V.1	Simpulan .....	51
V.2	Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	.....	53
LAMPIRAN	.....	55

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 2 Pengukuran Variabel.....	22
Tabel 3 Skala Likert .....	24
Tabel 4 Butir Pertanyaan dalam Kuisisioner .....	25
Tabel 5 Tingkat Reliabilitas Nilai Alpha .....	29
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	34
Tabel 9. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Switching .....	35
Tabel 10. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Ambassador ..	35
Tabel 11. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promotion.....	36
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Variety Seeking .....	37
Tabel 13. Outer Loading Factor Hasil Output PLS .....	38
Tabel 14. Fornell Lacker Criterium .....	39
Tabel 15. Average Variance Extracted (AVE) .....	39
Tabel 16. Composite Reliability Hasil Output PLS.....	40
Tabel 17. Nilai R-Square .....	41
Tabel 18. Nilai Koefisien Jalur (Path Coefficient).....	42
Tabel 19. Hasil Nilai Uji t Statistik.....	42

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 TOP 5 E-commerce .....	2
Gambar 2 Model Penelitian .....	20
Gambar 3 Langkah-langkah Partial Least Square.....	27
Gambar 4 Inner Model .....	27
Gambar 5 Outer Model .....	28
Gambar 6 Kerangka Model Penelitian .....	28
Gambar 7 Tokopedia.....	32
Gambar 8 Outer Model .....	39
Gambar 9 Inner Model .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu.....	54
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian .....	56
Lampiran 3. Data Kuisisioner 100 Responden .....	61
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Responden .....	75
Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Penelitian .....	75
Lampiran 6. Konstruksi Diagram Jalur.....	77
Lampiran 7. Hasil Output Smart PLS Setelah Re-estimasi .....	78
Lampiran 8. Hasil Inner Model PLS .....	79
Lampiran 9. Hasil Output Model PLS .....	80
Lampiran 10. Hasil Turnitin.....	83