



**KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN TOKOPEDIA
DI JAKARTA**

SKRIPSI

SANTI SEPTIANINGSIH 1810111016

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

2022



**KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN TOKOPEDIA
DI JAKARTA**

SKRIPSI

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

SANTI SEPTIANINGSIH 1810111016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINIL

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

Nama : Santi Septianingsih

NIM : 1810111016

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia di tuntutan dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 20 Juni 2021

Yang Menyatakan,



(Santi Septianingsih)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai citivas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Santi Septianingsih
NIM : 1810111016
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 Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Keputusan Pembelian Pelanggan Tokopedia di Jakarta.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formalkan, 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 : Jakarta

Pada tanggal : 20 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Santi Septianingsih)

SKRIPSI

**KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN TOKOPEDIA
DI JAKARTA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Santi Septianingsih 1810111016

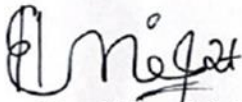
Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal: 28 Juni 2022

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP

Ketua Penguji



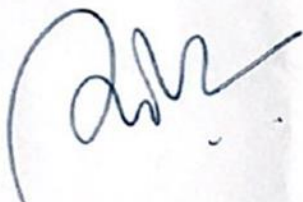
Dra. Heni Nastiti, MM.

Penguji I



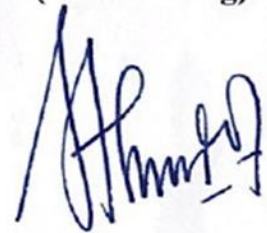
Dra. A Bernadin Dwi M, MM.

Penguji II (Pembimbing)



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Siti Hidayati, SE, MM.

Ketua Program Studi

Disahkan di: Jakarta

Pada Tanggal: 28 Juni 2022

**TOKOPEDIA CUSTOMER PURCHASE DECISION
IN JAKARTA**

By Santi Septianingsih

Abstract

This study is a quantitative study that aims to determine the effect of BTS brand ambassadors, buying interest, brand image on the purchasing decisions of Tokopedia customers in Jakarta. In this study, the population used is BTS fan customers who use Tokopedia in Jakarta with a total sample of 100 respondents. Probability sampling was taken using the cluster sampling method, which used PLS (Partial Least Square) version 3.3.7. Data was collected by distributing questionnaires via Google form. The results show that: (1) brand ambassador has a positive and significant effect of 0.389 on purchasing decisions (2) buying interest has a positive and significant effect of 0.389 on purchasing decisions (3) brand image has a positive and significant effect of 0.206 on purchasing decisions. While brand ambassadors, buying interest, brand image contributed 76.5% to purchasing decisions, while the remaining 23.5% was caused by other variables not included in this study such as, price, product quality, service quality, and other

Keywords: Brand Ambassador, Buying Interest, Brand Image, Purchase Decision

KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN TOKOPEDIA DI JAKARTA

Oleh Santi Septianingsih

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* BTS, minat beli, *brand image* terhadap keputusan pembelian pelanggan Tokopedia di Jakarta. pada penelitian ini populasi yang digunakan yakni pelanggan penggemar BTS yang menggunakan Tokopedia di Jakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel *probability sampling* dengan melalui metode penarikan sampel *cluster sampling*, yang menggunakan PLS (*Partial Least Square*) versi 3.3.7 Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google form*. Adapun hasil menunjukkan bahwa: (1) *brand ambassador* berpengaruh sebesar 0,389 positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (2) minat beli berpengaruh sebesar 0,389 positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) *brand image* berpengaruh sebesar 0,206 positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *brand ambassador*, minat beli, *brand image* memberikan kontribusi sebesar 76,5% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 23,5% yang disebabkan oleh variabel lainnya yang tidak diikut sertakan didalam penelitian ini seperti, Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, serta lainnya.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Minat Beli, *Brand Image*, Keputusan Pembelian



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2021/2022**

Hari ini Selasa, tanggal 28 Juni 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Santi Septianingsih**

No.Pokok Mahasiswa : **1810111016**


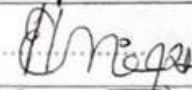

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Konsumen Tokopedia Di Jakarta

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Ketua	1. 
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota I	2. 
3	Dra. Bernadin Dwi, MM	Anggota II (**)	3. 

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu


***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 28 Juni 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1


Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Segala syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas izin berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan berhasil tepat pada waktunya. Pembuatan penelitian ini dilakukan sejak bulan Februari 2022 sampai Juni 2022 dengan judul **“Keputusan Pembelian Pelanggan Tokopedia di Jakarta”**. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, SE, MM selaku ketua Jurusan Manajemen, serta Ibu Siti Hidayati, SE., MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen. Tidak lupa peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Dra. A. Bernadin Dwi M, MM selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah memberikan arahan-arahan, serta saran-saran yang menjadi masukan untuk skripsi penulis sehingga penulis dapat untuk menyelesaikan penelitian ini. Dan penulis juga berterima kasih kepada Bapak Drs. Nobelson, MM selaku dosen pembimbing akademis penulis yang telah meluangkan waktunya untuk selalu memberikan nasihat, saran, dan memberikan motivasi semangat belajar yang bermanfaat untuk penulis.

Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada Bapak Tedi Supriyadi dan Ibu Napsiah selaku kedua orang tua tercinta penulis yang selalu memberikan dukungan, doa, nasihat, serta semangat motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Kemudian penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada teman-teman Lenong Club yakni, Prida, Indi, Uty, Salsa, Aulia Rizka, Sintya dan Auliya Eka yang telah menjadi teman seperjuangan selama perkuliahan serta selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik untuk masa yang akan datang.

Jakarta, 20 Juni 2022

Santi Septianingsih

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Landasan Teori	9
II.1.1 Pemasaran	9
II.1.2 Perilaku Pelanggan	9
II.1.3 Keputusan Pembelian	10
II.1.4 <i>Brand Ambassador</i>	11
II.1.5 Minat Beli	13
II.1.6 <i>Brand Image</i>	15
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	16
II.3 Model Penelitian Empiris	23
II.4 Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN	25
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
III.1.1 Definisi Operasional.....	25
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	26
III.2 Populasi dan Sampel.....	27
III.2.1 Populasi.....	27
III.2.2 Sampel.....	28
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30
III.3.1 Jenis Data.....	30
III.3.2 Sumber Data.....	30
III.3.3 Pengumpulan Data.....	31
III.4. Teknik Analisis Data.....	32
III.4.1 Analisis Data Deskriptif.....	32
III.4.2 Analisis Inferensial.....	34
III.4.3 Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	43
IV.3 Analisis Hasil dan Uji Hipotesis.....	49
IV.3.1 Analisis Deskriptif.....	49
IV.3.2 Analisis Infrensial.....	54
IV.3.2.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
IV.3.2.2 Uji Validitas.....	54
IV.3.2.3 Uji Reliabilitas.....	58
IV.3.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	59
IV.3.3.1 Uji <i>R-Square</i>	59
IV.3.3.2 Uji <i>Q-Square</i>	60
IV.3.3.3 Uji Hipotesis.....	60
IV.4 Pembahasan.....	62
IV.4.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
IV.4.2 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
IV.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	65

IV.5 Keterbatasan Penelitian.....	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	68
V.1 Kesimpulan.....	68
V.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
RIWAYAT HIDUP.....	78
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Startup Rank Per Country Data.....	3
Tabel 2. Data Pengunjung Website E-commerce Indonesia	4
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya	20
Tabel 4. Pengukuran Variabel	27
Tabel 5. Data Jumlah Penduduk di Wilayah Kota Jakarta.....	29
Tabel 6. Jumlah Sampel Per Wilayah Kota Jakarta.....	30
Tabel 7. Skala Likert	31
Tabel 8. Kisi-Kisi Instrumen	32
Tabel 9. Interpretasi Nilai Presentase Responden	33
Tabel 10. Batas Range Reliabilitas	37
Tabel 11. Hasil Indeks Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	49
Tabel 12. Hasil Indeks Jawaban Responden Terhadap Brand Ambassador	51
Tabel 13. Hasil Indeks Jawaban Responden Terhadap Minat Beli	52
Tabel 14. Hasil Indeks Jawaban Responden Terhadap Brand Image	53
Tabel 15. Hasil Nilai Cross Loading.....	56
Tabel 16. Average Variance Extracted	57
Tabel 17. Tabel Composite Reliability	58
Tabel 18. Hasil Nilai Cronbach's Alpha.....	58
Tabel 19. Hasil Nilai R-Square.....	59
Tabel 20. Hasil Nilai Q-Square	60
Tabel 21. Hasil uji t-statistik	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Poster BTS Sebagai Brand Ambassador Tokopedia	5
Gambar 2. Model Empiris Penelitian.....	23
Gambar 3. Langkah-Langkah Partial Least Square (PLS).....	34
Gambar 4. Konstruksi Diagram Jalur	35
Gambar 5. Logo Tokopedia.....	42
Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili.....	46
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	48
Gambar 11. Outer Model	55
Gambar 12. Inner Model	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Matriks Penelitian Sebelumnya (Gap Research)	79
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 3 Data Kuesioner 100 Responden.....	88
Lampiran 4 Hasil Deskripsi Data Responden	99
Lampiran 5 Hasil Analisis Data Deskriptif Menggunakan SmartPLS	102
Lampiran 6 Hasil Output Outer Model SmartPLS 3.3.7.....	104
Lampiran 7 Hasil Output Inner Model SmartPLS 3.3.7	105
Lampiran 8 Hasil Output Model SmartPLS 3.3.7	106
Lampiran 9 t-tabel.....	109
Lampiran 10 Hasil Turnitin.....	112