



***BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PADA
E-COMMERCE BLIBLI***

SKRIPSI

ALYA' YUSRIYYAH A'INURROCHIM 2010111137

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

2023



***BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PADA
E-COMMERCE BLIBLI***

SKRIPSI

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

ALYA' YUSRIYYAH A'INURROCHIM 2010111137

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Alya' Yusriyyah A'inurrochim

NIM. : 2010111137

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

Jakarta, 26 September 2023

Yang menyatakan,



(Alya' Yusriyyah A'inurrochim)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alya' Yusriyyah A'inurrochim
NIM : 2010111137
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

Brand Ambassador, Brand Image, dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli pada E-commerce Blibli

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : Jakarta
Pada tanggal : 20 Desember 2023

Yang menyatakan,

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERA TEMPEL' and '10000'. The signature is in black ink.

(Alya' Yusriyyah A'inurrochim)

PENGESAHAN

SKRIPSI

BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE BLIBLI

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ALYA' YUSRIYYAH A'INURROCHIM 2010111137

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 20 Desember 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Lina Arvani, SE, MM
Ketua Penguji



Dra. Pusporini, MM
Penguji I



Rosali Sembiring Colia, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E., MM
Dekan



Siti Hidayati, S.E., MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Desember 2023

BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE BLIBLI

By Alya' Yusriyyah A'inurrochim

Abstract

All the changes that arise due to technological developments are certainly a big challenge for e-commerce in carrying out marketing strategies. In the fourth quarter of 2022, Blibli was ranked fourth with data on the highest number of site visits. This study aims to determine, analyze, and prove the effect of brand ambassadors, brand image, and sales promotions on buying interest. This quantitative research uses primary data obtained from distributing questionnaires using Google Form. Data collection using non-probability sampling method, namely purposive sampling, as many as 120 respondents with criteria: 1) Followers of the @nctzenbase Twitter account. 2) Fans of NCT 127 or NCTZEN who are over 15 years old. 3) Have a Blibli e-commerce application 4) Have never transacted in the Blibli e-commerce application. The data analysis technique applies descriptive and inferential analysis through SmartPLS 4.0 software. The results showed that brand ambassadors have a significant influence on purchase intention, brand image has a significant influence on purchase intention, and sales promotion has a significant influence on purchase intention.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Image, Sales Promotion, Purchase Intention, E-commerce*

BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PADA E-COMMERCE BLIBLI

Oleh Alya' Yusriyyah A'inurrochim

Abstrak

Segala perubahan yang muncul akibat perkembangan teknologi tentu menjadi tantangan besar bagi *e-commerce* dalam melakukan strategi pemasaran. Pada kuartal IV tahun 2022, Blibli menduduki peringkat keempat dengan data jumlah kunjungan situs terbanyak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh *brand ambassador*, *brand image*, dan promosi penjualan terhadap minat beli. Penelitian kuantitatif ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form*. Pengumpulan data dengan metode *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*, sebanyak 120 responden dengan kriteria: 1) *Followers* akun Twitter @nctzenbase. 2) Penggemar NCT 127 atau NCTZEN yang berusia di atas 15 tahun. 3) Memiliki aplikasi *e-commerce* Blibli 4) Belum pernah bertransaksi di aplikasi *e-commerce* Blibli. Teknik analisis data mengaplikasikan analisis deskriptif dan inferensial melalui *software* SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli, *brand image* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli, dan promosi penjualan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Promosi Penjualan, Minat Beli, *E-commerce*

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Rabu, 20 Desember 2023:

Nama : Alya' Yusriyyah A'inurrochim

No.Pokok Mahasiswa : 2010111137

Program Studi : Manajemen S.1

(*Brand Ambassador, Brand Image, dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli pada E-commerce*
Bibli)

dinyatakan **Lulus** / ~~**Tidak Lulus**~~ *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lina Aryani, SE, MM	Ketua	1.
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	2.
3	Rosali Sembiring SE, MM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 20 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kapodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan terhadap Allah Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Brand Ambassador, Brand Image, dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli pada E-commerce Blibli**” sebagai syarat menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPNVJ. Selama proses penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan berbagai dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM. selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, SE, MM, selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana UPN Veteran Jakarta.
4. Ibu Rosali, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan arahan bagi penulis selama penulisan skripsi ini.
5. Ibu Lina Aryani SE, MM selaku ketua penguji dan Ibu Dra. Pusporini, MM selaku penguji 1 sekaligus dosen pembimbing akademik yang telah memberi saran dan kritik sehingga skripsi ini diselesaikan dengan baik.
6. Keluarga dan teman-teman yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat selama penyusunan penelitian ini.
7. Seluruh *member* NCT yang telah menemani dan menghibur peneliti selama penyusunan penelitian ini.

Usulan penelitian ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca sekalian. Penulis pun berharap agar usulan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Jakarta, 26 September 2023

Alya' Yusriyyah A'inurrochim

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.2 Minat Beli.....	12
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	13
2.1.4 <i>Brand Image</i>	14
2.1.5 Promosi Penjualan.....	16
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	17
2.3 Model Penelitian	24
2.3.1 <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli	24
2.3.2 <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	25
2.3.3 Promosi Penjualan terhadap Minat Beli	25
2.4 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.1.1 Definisi Operasional.....	27
3.1.2 Pengukuran Variabel	28
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	28

3.2.1	Populasi	28
3.2.2	Sampel	28
3.3	Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1	Jenis Data	30
3.3.2	Sumber Data	30
3.3.3	Pengumpulan Data	30
3.4	Teknik Analisis Data	31
3.4.1	Analisis Deskriptif	31
3.4.2	Analisis Inferensial	32
3.4.3	Uji Validitas	35
3.4.4	Uji Reliabilitas	36
3.4.5	Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	38
4.2	Deskripsi Data Penelitian	39
4.2.1	Deskripsi Data Responden	39
4.2.2	Analisis Data Deskriptif	41
4.3	Analisis Inferensial	45
4.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	45
4.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	48
4.4	Uji Hipotesis dan Analisis	50
4.5	Pembahasan	51
4.5.1	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli	51
4.5.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	53
4.5.3	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		56
5.1	Simpulan	56
5.2	Keterbatasan Penelitian	56
5.3	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		58
RIWAYAT HIDUP		62
LAMPIRAN		63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 2. Pengukuran Variabel Penelitian.....	28
Tabel 3. Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	31
Tabel 5 Interpretasi Nilai Indeks Responden	32
Tabel 6. Karakteristik Responden Followers Akun Twitter @nctzenbase	40
Tabel 7. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	40
Tabel 8. Karakteristik Responden yang Sudah Memiliki Aplikasi <i>E-Commerce</i> Blibli	40
Tabel 9. Karakteristik Responden yang Belum Pernah Bertransaksi di Aplikasi <i>E-Commerce</i> Blibli	41
Tabel 10. Nilai Indeks Jawaban Terhadap Variabel Minat Beli	42
Tabel 11. Nilai Indeks Jawaban Terhadap Variabel <i>Brand Ambassador</i>	42
Tabel 12. Nilai Indeks Jawaban Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	43
Tabel 13. Nilai Indeks Jawaban Terhadap Variabel Promosi Penjualan	44
Tabel 14. <i>Outer Loading Factor</i>	46
Tabel 15. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	47
Tabel 16. <i>Composite Reliability</i>	48
Tabel 17. <i>Cronbach's Alpha</i>	48
Tabel 18. Nilai <i>R-square</i>	49
Tabel 19. Nilai <i>Q-square</i>	50
Tabel 20. <i>T-Statistics</i>	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>E-commerce</i> dengan Jumlah Kunjungan Situs Terbanyak di Indonesia (Kuartal IV Tahun 2022)	2
Gambar 2. Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Blibli dan Tiket.com.....	3
Gambar 3. Jumlah Pencarian Blibli	4
Gambar 4. Kolaborasi Blibli dengan NCT 127.....	6
Gambar 5. Jumlah Pencarian Blibli x NCT 127	7
Gambar 6. Model Penelitian	25
Gambar 7. Langkah-Langkah PLS.....	33
Gambar 8. <i>Outer Model</i>	34
Gambar 9. Diagram Jalur	35
Gambar 10. Logo Blibli	38
Gambar 11. Diagram Jalur <i>Outer Model</i>	45
Gambar 12. <i>Inner Model</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	63
Lampiran 2. Data Kuesioner 120 Responden	69
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden	79
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Penelitian	80
Lampiran 5. Hasil Pengolahan Data.....	82
Lampiran 6. Bukti Penyebaran Kuesioner	86
Lampiran 7. Hasil Turnitin.....	87