

**PENGARUH *BRAND TRUST*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI KOTA KEFAMENANU**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untuk Memenuhi Salah Satu  
Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Ekonomi**



**OLEH**

**GAUDENSIA NINO**

**NPM : 41180015**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TIMOR  
KEFAMENANU**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PENGARUH BRAND TRUST, BRAND AMBASSADOR, DAN ONLINE  
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
MARKETPLACE TOKOPEDIA DI KOTA KEFAMENANU**

Diajukan oleh:

Nama : Gaudensia Nino

NPM : 41180015

Telah Disetujui oleh :

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan ke ujian skripsi pada program  
studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor.

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**



Sirilius Nafanu, SE.,MM  
NIP. 196212312013051001



Nurul Huda, SE.,MM  
NIP. 199811272020121003

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Elfrida D. Nahati, SE.,MM  
NIP. 19880523 201504 2 002

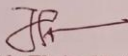
HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND TRUST*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE TOKOPEDIA* DI KOTA KEFAMENANU

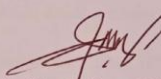
Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dalam Ujian Skripsi Dan  
Dinyatakan LULUS Dengan Nilai: B

Tim Penguji:


Penguji I

  
Imelda Thein, SE.MM  
NIP.1979032120050120001

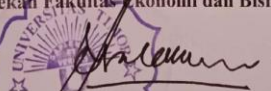
Penguji II

  
Sirilius Mafanu, SE..MM  
NIP: 196212312013051001

Penguji III

  
Nurul Huda, SE..MM  
NIP. 199811272020121003

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
Dr. Kamilaus K. Oki, SE., ME  
NIP.19690925 200501 1 001

**PERNYATAAN  
ORISINALITAS SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam skripsi dengan judul : **"PENGARUH *BRAND TRUST, BRAND AMBASSADOR, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE TOKOPEDIA* DI KOTA KEFAMENANU"** adalah benar – benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakkan dari karya tulis orang lain dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain yang kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh Sarjana Ekonomi (SE) di batalkan, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO. 22 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Kefamenanu, Desember 2022

Mahasiswa,



(Gaudensia Nino)

**MOTTO**

**“HANYA PADA ALLAH SAJA KIRANYA AKU TENANG,  
SEBAB DARI PADA-NYALAH HARAPANKU”**

**MAZMUR 62:6**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang senantiasa memberikan perlindungan dan kesehatan bagi penulis selama menempuh pendidikan.
2. Kedua orang tua tercinta: Bapak Dominikus Nino & Ibu Angela Tahoni (Alm).
3. Kakak, adik, dan keluarga besar yang selalu mendukung penulis.
4. Semua teman teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2018 A.
5. Sahabat terbaik Imel, Ita, Yuni, Yanti, Mira, Intan, Listin dan Tonny yang selalu mendukung penulis dengan caranya masing-masing.
6. Almamater Fakultas Ekonomi – Universitas Timor.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur serta terima kasih ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya yang berlimpah kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul “**PENGARUH BRAND TRUST, BRAND AMBASSADOR, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI KOTA KEFAMENANU**”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Timor.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapat bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Bapak Sirilius Nafanu, SE.,MM selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Nurul Huda, SE.,MM selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membimbing dan memberikan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Elfrida D. Naihati, SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Dr. Kamilaus K. Oki, SE.ME selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor.

5. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Timor yang telah memberikan ilmu dan wawasan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.
6. Responden Kota Kefamenanu yang melakukan pembelian pada *marketplace* Tokopedia yang telah mengisi kuisioner penelitian.
7. Orang tua tercinta, kakak, adik, dan keluarga besar yang selalu mendoakan dan mendukung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Timor yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan proposal ini dengan baik.

Kefamenanu, Desember 2022

Penulis



## ABSTRAK

**GAUDENSIA NINO, 2022.** Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Ambassador*, Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Tokopedia Di Kota Kefamenanu, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Timor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh *Brand Trust* ( $X_1$ ), *Brand Ambassador* ( $X_2$ ) dan *Online Customer Review* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuisioner yang diberikan kepada 80 orang responden. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan analisis linear berganda dengan bantuan SPSS 16.0 For Windows, 2011.

Hasil analisis regresi linear sederhana adalah Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Brand Trust* ( $X_1$ ), *Brand Ambassador* ( $X_2$ ) dan *Online Customer Review* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) konsumen. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t diperoleh tingkat signifikansi 0,216 karena signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,216 > 0,05$ ) dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,428 atau 42,8%. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Brand Ambassador* ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) konsumen. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t diperoleh tingkat signifikansi 0,180 karena signifikansi lebih besar dari 0,005 ( $0,180 > 0,05$ ) dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,626 atau 62,6%. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Online Customer Review* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) konsumen. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t diperoleh tingkat signifikansi 0,436 karena signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,436 > 0,05$ ) dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,565 atau 56,5%.

Hasil analisis regresi linear berganda adalah Variabel *Brand trust* ( $X_1$ ), *Brand ambassador* ( $X_2$ ), dan *Online customer review* ( $X_3$ ) secara simultan memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian ( $Y$ ) konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* 0,688 atau 68,8%.

**Kata kunci :** *Brand Trust* ( $X_1$ ), *Brand Ambassador* ( $X_2$ ) dan *Online Customer Review* ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

## **ABSTRACT**

**GAUDENSIA NINO, 2022.** *The Influence of Brand Trust, Brand Ambassador, and Online Customer Review on Purchasing Decisions on the Tokopedia Marketplace in Kefamenanu City, Thesis of the Faculty of Economics and Business, Department of Management, University of Timor. This study aims to determine: The influence of Brand Trust (X1), Brand Ambassador (X2) and Online Customer Review (X3) on Purchasing Decisions (Y). The data used in this study is primary data obtained through a questionnaire given to 80 respondents. The method used is a quantitative method. The data analysis technique used is simple linear regression analysis and multiple linear analysis with the help of SPSS 16.0 For Windows, 2011.*

*The result of simple linear regression analysis is There is a positive and significant influence of Brand Trust (X1), Brand Ambassador (X2) and Online Customer Review (X3) on Consumer Purchase Decisions (Y). This is evidenced by the results of the t test, a significance level of 0.216 is obtained because the significance is greater than 0.05 ( $0.216 > 0.05$ ) and the coefficient of determination is 0.428 or 42.8%. There is a positive and significant influence of Brand Ambassador (X2) on Consumer Purchase Decision (Y). This is evidenced by the results of the t test, a significance level of 0.180 is obtained because the significance is greater than 0.005 ( $0.180 > 0.05$ ) and the coefficient of determination is 0.626 or 62.6%. There is a positive and significant influence of Online Customer Review (X3) on Consumer Purchase Decisions (Y). This is evidenced by the results of the t test, a significance level of 0.436 is obtained because the significance is greater than 0.05 ( $0.436 > 0.05$ ) and the coefficient of determination is 0.565 or 56.5%.*

*The result of The variables multiple linear analysis is Brand Trust (X1), Brand Ambassador (X2), and Online customer ravier (X3) simultaneously have an influence on consumers' buying interest (Y). This can be proved by a significance value of  $0.000 < 0.05$  and an Adjusted R Square coefficient of determination value of 0.688 or 68.8%.*

**Keywords:** *Brand Trust (X1), Brand Ambassador (X2) and Online Customer Review (X3) and Purchase Decision (Y).*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 <i>Marketplace</i> .....	11
2.2 Keputusan Pembelian.....	11
2.3 <i>Brand Trust</i> .....	14
2.4 <i>Brand Ambassador</i> .....	19
2.5 <i>Online Customer Review</i> .....	23
2.6 Hubungan Teoritis antar Variabel dan Hipotesis .....	25
2.7 Kerangka pikir Teoritis .....	32
2.8 Definisi Operasional dan Pengukuran variabel .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	36
3.2 Populasi dan Sampel .....	36
3.3 Data dan Variabel Penelitian .....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	39
3.6 Uji Asumsi Klasik .....	41
3.7 Teknik Analisis Data .....	43
3.8 Koefisien Determinasi .....	47
3.9 Pengujian Hipotesis .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	51
4.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	53
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	54
4.4 Penyajian Data dan Identitas Responden .....	56
4.5 Hasil Uji instrument penelitian .....	59
4.5.1 Uji Validitas .....	59
4.5.2 Uji Reliabilitas .....	61
4.6 Hasil Uji Asumsi .....	62
4.6.1 Uji Normalitas .....	62
4.6.2 Uji Multikolinearitas .....	63
4.6.3 Uji Autokorelasi .....	65
4.6.4 Uji Heteroskedastisitas .....	66
4.6.5 Uji Linearitas .....	66
4.7 Hasil Analisis Data .....	70
4.7.1 Analisis Deskriptif .....	70
4.7.2 Analisis Inferensial .....	78
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Website <i>E-commerce</i> .....	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Tokopedia .....	5
Tabel 2.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel.....	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas .....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi .....	65
Tabel 4.9 Variabel ( $X_1$ ) Terhadap Variabel(Y).....	67
Tabel 4.10 Variabel ( $X_2$ ) Terhadap Variabel(Y).....	68
Tabel 4.11 Variabel ( $X_3$ ) Terhadap Variabel(Y).....	69
Tabel 4.12 Variabel ( $X_1$ ) .....	70
Tabel 4.13 Variabel ( $X_2$ ) .....	72
Tabel 4.14 Variabel ( $X_3$ ) .....	74
Tabel 4.15 Variabel (Y) .....	76
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh ( $X_1$ ) terhadap Y.....	79
Tabel 4.17 Uji R Variabel ( $X_1$ ) Terhadap Y.....	80
Tabel 4.18 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh ( $X_2$ ) terhadap Y.....	82
Tabel 4.19 Uji variabel ( $X_2$ ) Terhadap Y.....	83
Tabel 4.20 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh ( $X_3$ )	

terhadap Y .....	85
Tabel 4.21 Uji variabel ( $X_3$ ) Terhadap Y.....	86
Tabel 4.22 Regresi Linear Berganda Pengaruh Variabel ( $X_1$ ),( $X_2$ ) dan ( $X_3$ ) Terhadap (Y) .....	88
Tabel 4.23 Uji R Variabel ( $X_1$ ),( $X_2$ ) dan ( $X_3$ ) Terhadap (Y).....	90

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Perkembangan Transaksi <i>E-commerce</i> Di Indonesia .....	2
Grafik 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	56
Grafik 4.2 Jumlah Responden Menurut Usia.....	57
Grafik 4.3 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	12
Gambar 2.2 Skema Kerangka Pikir.....	32
Gambar 4.1 Logo Tokopedia .....	51
Gambar 4.2 struktur Organisasi Tokopedia .....	54
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner Penelitian .....	98
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	102
Lampiran 3 Uji Validitas .....	105
Lampiran 4 Uji Reliabilitas Variabel.....	109
Lampiran 5 tTabel.....	111
Lampiran 6 fTabel .....	11