

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, DAN TESTIMONI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

*(Studi Kasus Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Kefamenanu)*

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Timor



**OLEH**

**MARIA ROSARI MEO**  
**41180013**

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

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, DAN TESTIMONI TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN**

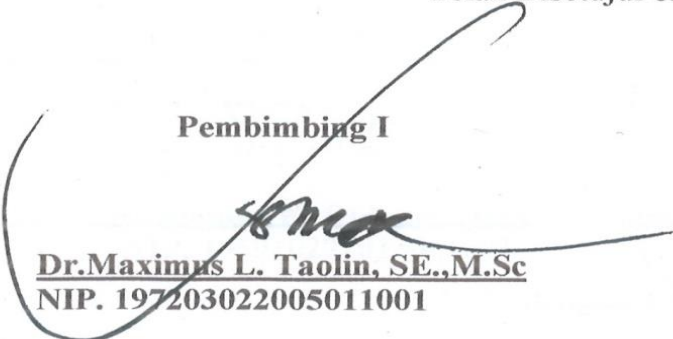
*(Studi Kasus Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Kefamenanu)*

Diajukan Oleh:

**Maria Rosari Meo**  
**41180013**

Telah Disetujui oleh:

**Pembimbing I**

  
**Dr. Maximus L. Taolin, SE., M.Sc**  
**NIP. 197203022005011001**

**Pembimbing II**

  
**Berno B. Mitang, SE., MM**  
**NIP. 197007262005011001**

Mengetahui

**Ketua Program Studi Manajemen**

  
**Elfrida Desiderata Naihati, SE., MM**  
**NIP. 198805232015042002**



**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini telah dipertahankan dalam sidang skripsi yang dilaksanakan pada

Hari : Jumat  
Tanggal : 27 Januari 2023  
Jam : 01:00 s/d 02:30  
Tempat : Manajemen II  
Saudari : Maria Rosari Meo  
NPM : 41180013  
Dinyatakan lulus dengan nilai : A

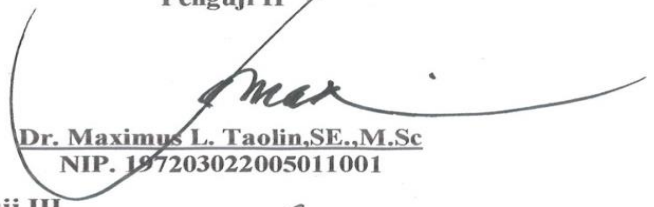
**Tim Penguji:**

**Penguji I**



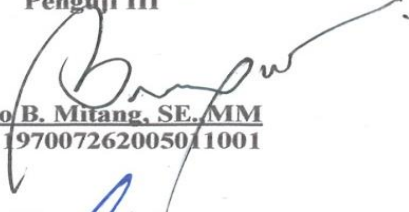
**Dominikus K. Duli, SE.,MM**  
NIP. 195910272013051001

**Penguji II**



**Dr. Maximus L. Taolin, SE., M.Sc**  
NIP. 197203022005011001

**Penguji III**



**Berno B. Mitang, SE., MM**  
NIP. 197007262005011001

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



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

**PERNYATAAN  
ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, **Maria Rosari Meo**, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “ **PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN TESTIMONI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA SITUS JUAL BELI ONLINE SHOP SHOPEE INDONESIA DI KEFAMENANU)**”

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, kecuali 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 yakni Sarjana Ekonomi (SE) di batalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO. 20 Tahun 2003, pasal 25 dan pasal 70).

Kefamenanu, Januari 2023



Mahasiswa,

Handwritten signature of Maria Rosari Meo.

(Maria Rosari Meo)

## MOTTO

**“Kita boleh saja kecewa dengan apa yang telah terjadi, tetapi jangan pernah kehilangan harapan untuk masa depan yang lebih baik”**

## **PERSEMBAHAN**

Persembahan tugas akhir ini dan rasa terima kasih saya ucapkan untuk:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas Berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak (Ignasius Meo), dan Ibu (Yuliana Seuk) yang selalu memberikan saya motivasi, dukungan, doa dan telah membiayai studi saya meskipun semua itu dilakukan dengan penuh penderitaan.
3. Keluarga tercinta suami Wakhe Moniz dan anak Jonathan Moniz
4. Keluarga tercinta kakak Seppe meo, kakak Gusti Meo, adik Erra Meo terima kasih karena selalu ada dan selalu mendukung saya disetiap saat dan terima kasih karena telah membantu mebiayai saya dalam kuliah ini.
5. Adik-adik dan kaka tercinta Erni Seran, Selfi Seran, Delfy Seran, Osty, Delfy Nahak, Bai Baga, Yono dan Juter, terima kasih karena selalu memberikan semangat dan motivasi dalam studi saya.
6. Teman-teman seperjuangan khususnya angkatan 2018 yang selalu memberikan motivasi dan dukungan terbaik.
7. Almamater tercinta Universitas Timor.

## ABSTRAK

**MARIA ROSARI MEO 41180013: Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian** (Studi Kasus Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Kefamenanu), dibawah bimbingan Bapak Dr. Maximus L. Taolin, SE.,M.Sc selaku pembimbing I dan Bapak Berno B. Mitang, SE.,MM, selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh *Brand Ambassador* (X1) dan Testimoni (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Shopee. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuisioner yang diberikan kepada 60 orang responden. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan analisis linear berganda dengan bantuan *software* SPSS 20. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Brand Ambassador* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dari hasil uji t diperoleh tingkat signifikansi 0,000 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,286 atau 28,6%. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Testimoni (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dari hasil uji t diperoleh tingkat signifikansi 0,000 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,544 atau 54,4%. Variabel *Brand Ambassad* (X1) dan Testimoni secara simultan memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* 0,535 atau 53,5%.

**Kata kunci :** *Brand Ambassador* (X1), *Testimoni* (X2) dan Keputusan Pembelian (Y).

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa Karena atas rahmatnya yang berlimpah, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***“Pengaruh Brand Ambassador dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian”*** (*Studi Kasus Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Kefamenanu*).

Ada berbagai hal yang penulis alami sebagai hambatan dan tantangan baik secara pribadi maupun dari luar pribadi dalam menyelesaikan tulisan ini. Namun berkat binaan dan dukungan baik secara langsung dan tidak langsung, hambatan dan tantangan penulis dapat teratasi dengan baik. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Maximus L. Taolin, SE.,M.Sc selaku Dosen pembimbing I yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, perhatian dukungan, serta koreksi, dan saran dalam penulisan ini, sehingga penulis ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Berno B. Mitang,SE.,MM selaku Dosen pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, perhatian, dukungan serta koreksi, dan saran dalam penulisan ini sehingga penulis dapat terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh Dosen dan Staf Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Timor yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pengalaman hidup selama penulis menempuh proses perkuliahan dan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Semua pengguna *shopee* yang berada di Kota Kefamenanu yang telah membantu memberikan tanggapan mengenai skripsi ini.
5. Para Sahabat Seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Timor yang selalu mendukung dan memotivasi dikala susah maupun senang.



6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, Terima Kasih atas dukungan, doa, motivasi, semangat serta bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan Skripsi ini tidaklah mudah, oleh karena itu tidak tertutup kemungkinan, dalam penyusunan Skripsi ini terdapat kekurangan, sehingga penulis sangat mengharapkan masukan, saran dan kritikan yang bersifat membangun guna kesempurnaan Skripsi ini.

Kefamenanu, Januari 2023

Penulis

## 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>MOTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
2.1 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2 Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian .....	21
2.1.3 Tipe-tipe Keputusan Pembelian .....	23
2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	24
2.1.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	25
2.2 <i>Brand Ambassador</i> .....	26

2.2.1 Definisi <i>Brand Ambassador</i> .....	26
2.2.2 Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	30
2.2.3 Karakteristik <i>Brand Ambassador</i> .....	31
2.2.4 Fungsi <i>Brand Ambassador</i> .....	34
2.3 <i>Testimoni</i> .....	35
2.3.1 Definisi <i>Testimoni</i> .....	35
2.3.2 Tujuan <i>Testimoni</i> .....	38
2.3.3 Fungsi <i>Testimoni</i> .....	40
2.3.4 Peran <i>Testimoni</i> .....	41
2.3.5 Indikator <i>Testimoni</i> .....	42
2.4 Hubungan Teoritis antara Variabel dan Perumusan Hipotesis.....	44
2.4.1 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> dengan Keputusan Pembelian.....	44
2.4.2 Hubungan <i>Testimoni</i> dengan Keputusan Pembelian.....	47
2.4.3 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Testimoni</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	49
2.5 Kerangka Pikir.....	51
2.6 Definisi Konsep dan Pengukuran.....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>54</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	54
3.1.1 Tempat.....	54
3.1.2 Waktu Penelitian.....	54
3.2 Populasi dan Sampel.....	54
3.2.1 Populasi.....	54
3.2.2 Sampel.....	54
3.3 Data dan Variabel Penelitian.....	55
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.3.2 Variabel Penelitian.....	57
3.4 Teknik Pengumpul Data.....	58
3.5 Instrumen Penelitian.....	58

3.6 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7 Teknik Analisis Data.....	62
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	62
3.7.2 Analisis inferensial .....	62
3.8 Koefisien Determinan .....	64
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	67
4.2 Deskripsi responden.....	69
4.3 Hasil Pengujian Instrument.....	71
4.3.1 Uji Validitas.....	71
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	73
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	74
4.4.1 Uji Normalitas .....	74
4.4.2 Uji Multikolinieritas .....	76
4.4.3 Uji Autokorelasi .....	77
4.4.4 Uji Heteroskedastisitas .....	78
4.4.5 Uji Linearitas .....	80
4.5 Teknik Analisis Data .....	82
4.5.1 Analisis Deskriptif.....	82
4.5.2 Analisis Inferensial .....	89
4.5.1.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	89
4.5.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	94
4.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	96
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis.....	97
4.7.1 Uji t.....	97
4.7.2 Uji F.....	99
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	100
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>107</b>
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Persentasi Perbandingan Penjualan Online Shop 2021 .....	9
Tabel 1.2 Hasil wawancara dengan masyarakat yang menggunakan/berbelanja pada aplikasi shopee.....	11
Tabel 2.1 Definisi Konsep dan Pengukuran .....	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	70
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas .....	72
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogrov Smirnov .....	75
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas .....	76
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi .....	78
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	80
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas <i>Brand Ambassador</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian(Y) .....	81
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas Testimoni (X2) Terhadap Keputusan Pembelian .....	82
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1) Pada Shopee .....	83
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Testimoni (X2) pada Shopee.....	84
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) Pada Shopee.....	87
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana <i>Brand Ambassador</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	89
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Testimoni (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	92
Tabel 4.16 Hasil Uji Serempak Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1) dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Shopee.....	94
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	96

Tabel 4.18 Hasil Uji t Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee .....	97
Tabel 4.19 Hasil Uji t Variabel Testimoni (X2) Terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee .....	98
Tabel 4.20 Hasil Uji F Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1) dan Testimoni (X2) Terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee .....	99

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Jumlah Responden Menurut Jenis kelamin .....	69
Grafik 4.2 Jumlah Responden Menurut Usia.....	70
Grafik 4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1) Pada Shopee .....	83
Grafik 4.4 Rekapitulasi jawaban responden variabel Testimoni (X2) Pada Shopee .....	85
Grafik 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) Pada Shopee .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir .....	51
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot .....	74
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	79