

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN PERSEPSI KUALITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE*
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unimor)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen*

Universitas Timor



OLEH

ADRIANUS KOLO

NPM : 41180061

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TIMOR
KEFAMENANU
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN PERSEPSI KUALITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBLIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE***

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unimor)

Diajukan oleh :

ADRIANUS KOLO

NPM : 41180061

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan ke Ujian Skripsi pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor

Pembimbing I



Dominikus K, Duli, SE.,MM
NIP. 19591027 201305 1 001

Pembimbing II



Berno B. Mitang, SE.,MM
NIP.19700726 200501 1 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Elfrida Desiderata Naihati, SE.,MM
NIP. 19880523 201504 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN PERSEPSI KUALITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE***

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unimor)

Skripsi ini telah dipertahankan dalam ujian skripsi dan dinyatakan

LULUS dengan nilai : B

Tim Penguji

Penguji I

Aquidowaris Manek, SE.,MSA
NIP. 1974032 020050 1001

Penguji II

Dominikus K, Duli, SE.,MM
NIP.19591027 201305 1 001

Penguji III

Bernard B. Mitang, SE.,MM
NIP. 19700726 200501 1 001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

**PERNYATAAN
ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, **Adrianus Kolo**, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE*”**.

Tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia **SKRIPSI** ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya terima sesuai undang-undang yang berlaku.

Kefamenanu, 2022

Mahasiswa



MOTTO

WHATEVER YOU ARE, BE A GOOD ONE

“ APA PUN DIRIMU, JADILAH YANG TERBAIK ”

PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini dengan penuh kerendahan, dan ketulusan hati kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang selalu memberikan ketabahan, serta kesabaran selama menempuh pendidikan.
2. Bapak Frederikus Kolo, Mama Yohana Wende Rani yang telah memberikan cinta dan kasih sayang serta pengorbanan selama ini, hanyalah doa dan karya kecil ini sebagai lambang ucapan terima kasih yang amat dalam.
3. Keluarga besar tercinta : Nenek Mia, Ma Dena, Ma Rity tersayang yang selalu mendoakan dan mendukung saya selama ini.
4. Saya persembahkan kepada kedua dosen pembimbing Bapak Berno B. Mitang, SE.,MM dan Bapak Dominikus K. Duli, SE.,MM, izinkan saya mengucapkan terima kasih telah bersedia membimbing saya selama ini.
5. Semua Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Khususnya Program Studi Manajemen.
6. Ka Yus Buker, Ka Ogy, Ka Yusup, Ka Lena, Ka Ramu yang selalu membantu dan mendukung dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Adik- adik tersayang :Priska, Nina, viona, Osi, Aldo, Yusup, Dina, Joy, Dede, Nona yang selalu mendukung dan mendambahkan keberhasilan saya.

8. Sahabat Tercinta Moy Lay, Tasya Ivo, Joy Tonbesi, Densi Kolo, Lya Naikteas, Cici Ell yang selalu memberikan dukungan dan semangat, Neng dan Fandy keraf yang selalu ada dalam suka maupun duka dan selalu membantu memberikan doa serta dukungan kepada saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
9. Organisasi Tercinta PSM. Laudate Choir Unimor.
10. Almamater tercinta Universitas Timor, tempat penulis Menuntut ilmu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ **PENGARUH BRAND AMBASSDAOR DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE** ” ini tepat pada waktunya. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu, sepatutnya bagi penulis mengucapkan terimakasih kepada mereka yang telah memberi arti dalam proses pembelajaran dan terselesaikannya skripsi ini.

1. Bapak Dominikus K. Duli, SE.,MM selaku pembimbing I yang dengan sabar dan tulus memberikan bimbingan dan masukan-masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Berno B, Mitang, SE.,MM selaku pembimbing II yang dengan sabar dan tulus memberikan bimbingan dan masukan-masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Kamilaus K. Oki, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun Skripsi ini.
4. Ibu Elfrida Desiderata Naihati,SE.,MM selaku ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun Skripsi ini.

5. Bapak/Ibu dosen dan staf administrasi Program Studi Manajemen yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan serta melayani penulis selama proses perkuliahan.
6. Bapak Frederikis Kolo dan Mama Yohana Wende Rani serta keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan serta motivasi bagi penulis.
7. Teman-teman seperjuangan saya Manajemen angkatan 2018 khususnya kelas A yang juga banyak memberikan bantuan.

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

Kefamenanu, Januari 2023

Penulis

ABSTRAK

Adrianus Kolo : “Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-commerce Shopee*”. Dibawah bimbingan Bapak Berno B. Mitang, SE.,MM selaku pembimbing II dan Bapak Dominikus K. Duli,SE.,MM selaku pembimbing I.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antara variabel *Brand Ambassador* (X_1), dan Persepsi Kualitas (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *E-commerce Shopee*. Penelitian ini berfokus pada konsumen yang telah berbelanja pada *E-commerce Shopee*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan bantuan *software* SPSS 22,0 dengan hasil analisis sebagai berikut :

Variabel *Brand Ambassador* (X_1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *E-commerce Shopee*. Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,454 dan juga nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ($5,045 > 1,98472$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai *R Square* sebesar 0,206 artinya persentase sumbangan pengaruh *Brand Ambassador* (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 20,6% sedangkan sisanya 79,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Variabel Persepsi Kualitas (X_2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *E-commerce Shopee*. Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,418 dan juga nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel ($4,552 > 1,98472$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai *R Square* sebesar 0,176; artinya persentase sumbangan pengaruh Persepsi Kualitas (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 17,6% sedangkan sisanya 82,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Variabel *Brand Ambassador* (X_1), dan Persepsi Kualitas (X_2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *E-commerce Shopee*. Hal ini dibuktikan dari nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($13,522 > 2,699$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,275; artinya persentase sumbangan pengaruh *Brand Ambassador* (X_1), dan Persepsi Kualitas (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 27,5% sedangkan sisanya 72,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Persepsi Kualitas dan Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYTAAN ORSINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.2 Keputusan Pembelian.....	12
2.3 <i>Brand Ambassador</i>	21
2.4 Persepsi Kualitas	24
2.5 Hubungan Teoritis Antar Variabel Dan Pengukuran Hipotesis.....	30

2.6 Kerangka Berpikir	36
2.7 Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	38
3.2 Populasi Dan Sampel	38
3.3 Jenis Dan Sumber Data	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Variabel Penelitian	40
3.6 Uji Instrumen Penelitian	41
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.8 Teknik Analisis Data.....	44
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	47
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Deskripsi Tempat Penelitian	49
4.2 Deskripsi Responden	52
4.3 Hasil Uji Instrumen.....	55
4.3.1 Uji Validitas	55
4.3.2 Uji Reabilitas.....	57
4.4 Hasil Uji Asumsi	58
4.4.1 Uji Normalitas	58
4.4.2 Uji Multikolinearitas	60
4.4.3 Uji Autokorelasi	62
4.4.4 Uji Heteroskedasitas	63
4.4.5 Uji Linearitas.....	65
4.5 Hasil Analisis Data.....	67
4.5.1 Analisis Deskriptif	67

4.5.2 Analisis Inferensial.....	75
4.6 Koefisien Determinasi	85
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis	86
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	87
BAB V PENUTUP.....	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
KUISIONER PENELITIAN.....	95
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Jumlah Pengunjung Perusahaan E-commerce Kuartal III Periode Tahun 2021	5
Tabel 2 Transaksi Shopee Tahun 2016-2021	5
Tabel 3 Definisi Konsep Operasional Variabel	37
Tabel 4 Karakteristik Responden Menurut Umur	52
Tabel 5 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	53
Tabel 6 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	54
Tabel 7 Validitas Data.....	56
Tabel 8 Realibilitas Data.....	57
Tabel 9 Hasil Uji Multikolinesritas.....	62
Tabel 10 Hasil Uji Autokoerelasi.....	63
Tabel 11 Hasil Uji Linearitas Variabel X1	66
Tabel 12 Hasil Uji Linearitas Variabel X2	66
Tabel 13 Hasil Analisis Deskriptif.....	67
Tabel 14 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Brand Ambassador (X1) Pada E-commerce Shopee.....	68
Tabel 15 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kualitas (X2) Pada E-commerce Shopee	71
Tabel 16 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) Pada E-commerce Shopee	73
Tabel 17 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Variabel (X1) Terhadap (Y	76
Tabel 18 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Variabel (X2) Terhadap (Y.....	79
Tabel 19 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	84

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Karakteristik Responden Menurut Umur.....	52
Grafik 2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	53
Grafik 3 Karakteristik Responden Menurut Program Studi.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengguna E-commerce Di Dunia.....	3
Gamabr 2 Kerangka Berpikir.....	36
Gamabr 3 Logo Shopee.....	50
Gambar 4 Diagram Uji Normalitas.....	59
Gambar 5 Scaterplot.....	64