

**PENGARUH SALES PROMOTION, BRAND AMBASSADOR DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI
TOKOPEDIA**



Oleh :

RIZKY KHARIS WALUYO

NPM:18.1.02.11529

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA SURABAYA

(STIESIA)

2022

**PENGARUH SALES PROMOTION, BRAND AMABASSADOR DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI
TOKOPEDIA**



Oleh:

RIZKY KHARIS WALUYO

NPM : 18.1.02.11529

Program Studi Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2022

**PENGARUH SALES PROMOTION, BRAND AMBASSADOR DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI
TOKOPEDIA**

Skripsi Diajukan untuk Memeuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Konstrentasi : Manajemen Pemasaran

Oleh :

RIZKY KHARIS WALUYO

NPM : 18.1.02.11529

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2022

**PENGARUH SALES PROMOTION, BRAND AMBASSADOR DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
DI TOKOPEDIA**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

RIZKY KHARIS WALUYO
NPM : 18.1.02.11529

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada tanggal 15 Oktober 2022

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Suwitho, M.Si.
Anggota : 1. Krido Eko Cahyono, S.E., M.M.
2. Dr. Rismawati, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima
Oleh :

Dosen Pembimbing


Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Suwitho, M.Si.



Ketua STIESIA


Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **RIZKY KHARIS WALUYO**

N.P.M : **18.1.02.11529**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH SALES PROMOTION, BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI TOKOPEDIA

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal 15 Oktober 2022 adalah hasil karya saya sendiri.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 15 Oktober 2022
Yang membuat pernyataan,



RIZKY KHARIS WALUYO

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Rizky Kharis Waluyo
NPM : 1810211529
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 25 November 1999
Agama : Islam
Jumlah Saudara/ Anak ke : 2/1
Alamat Rumah : Margorejo 2D No. 46B
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Djoko Walujo
Alamat Rumah/Telepon : Margorejo 2D No. 46B / 081803288124
Pekerjaan/Jabatan : Pensiunan

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Margorejo 1/403 Tahun 2012
2. Tamat SMP di Kemala Bhayangkari 1 Surabaya Tahun 2015
3. Tamat SLTA di Kemala Bhayangkari 1 Surabaya Tahun 2018
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VIII		-

D. RIWAAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan

Dibuat dengan sebenarnya

Rizky Kharis Waluyo

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH SALES PROMOTION, BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI TOKOPEDIA”** sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan program studi S1 Manajemen dan memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebanyak-banyak nya kepada :

1. Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak. CA, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dan dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan senantiasa sabar memberikan banyak dukungan dan arahan selama proses penulisan skripsi.
3. Yesa Cahyaning Rahmadhani, S.E.,M.M. selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu dalam memberikan arahan selama sembilan semester.

4. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
5. Ayah, Ibu, Kakak dan seluruh keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan dan doa untuk saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman terbaik Ajeng Ananda Putri yang selalu dengan sabar memberikan saya motivasi, doa serta bantuan apapun yang saya butuhkan selama proses perkuliahan hingga penyelesaiannya penelitian ini.
7. Sahabat-sahabat tercinta imam, rido, billy, raka, bimo, fikri, duta dan andy yang selalu menghibur, memberikan ide, motivasi, doa serta bantuan hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Keluarga SM-4 angkatan 2018 tercinta yang bersama-sama berjuang dalam penyelesaian perkuliahan selama ini serta yang telah memberikan dukungan serta doa pada saya dalam penyelesaian penelitian ini.
9. Teman-teman tercinta arzaqul, lova, celin, jasinda dan nisa yang selalu menghibur, memberikan ide, motivasi, doa serta bantuan hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Teman-teman English Club STIESIA Surabaya yang telah bersama-sama belajar dalam berorganisasi sehingga memberikan saya banyak pengalaman, ilmu inspirasi selama ini, dan tentunya juga memberikan doa serta motivasi kepada saya untuk penyelesaian penelitian ini

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberika bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terimakasih

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca.

Surabaya, 13 September 2022

Rizky Kharis Waluyo



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
BAB 2: TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Teoritis	10
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	10
1. Definisi Keputusan Pembelian	10
2. Faktor-faktor Keputusan Pembelian	11
3. Indikator Keputusan Pembelian	12
2.1.2 <i>Sales Promotion</i>	13
1. Definisi <i>Sales Promotion</i>	13

2. Faktor-faktor <i>Sales Promotion</i>	13
3. Indikator <i>Sales Promotion</i>	13
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	14
1. Definisi <i>Brand Ambassador</i>	14
2. Faktor-faktor <i>Brand Ambassador</i>	14
3. Indikator <i>Brand Ambassador</i>	15
2.1.4 <i>Brand Image</i>	15
1. Defini <i>Brand Image</i>	15
2. Faktor-faktor <i>Brand Image</i>	16
3. Indikator <i>Brand Image</i>	16
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Rerangka Konseptual.....	21
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	21
1. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelia.....	22
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	23
BAB 3: METODELOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian.....	25
3.1.1 Jenis Penelitian.....	25
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian.....	25
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.1 Jenis Data.....	27
3.3.2 Sumber Data.....	27
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4.1 Variabel.....	27
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	28
1. <i>Sales Promotion</i> (SP).....	28
2. <i>Brand Ambassador</i> (BA).....	28
3. <i>Brand Image</i> (BI).....	29

4. Keputusan Pembelian (KP)	29
3.5 Teknik Analisis Data.....	30
3.5.1 Analisis Deskriptif	30
3.5.2 Uji Instrumen	30
1. Uji Validitas	30
2. Uji Reliabilitas	30
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	31
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	32
1. Uji Normalitas	32
2. Uji Multikolinieritas	32
3. Uji Heteroskedastisitas	32
3.5.5 Uji Kelayakan Model	33
1. Uji F	33
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	34
3.5.6 Pengujian Hipotesis (Uji t)	34
BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Penelitian.....	35
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	35
1. Sejarah Singkat Tokopedia.....	35
2. Visi dan Misi Tokopedia.....	36
4.1.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	36
1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kel.....	36
2. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	37
3. Karakteristik Responden Menurut Program Study.....	37
4.2 Deskriptif Hasil Variabel Penelitian.....	38
1. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan <i>Sales Promotion</i>	39
2. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan <i>Brand Ambassador</i>	40
3. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan <i>Brand Image</i>	41

4. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Keputusan Pembelian.....	41
4. 2 Analisis Data.....	42
4.2.1 Hasil Uji Instrumen.....	42
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reabilitas.....	44
4.2.2 Analisis Regresi Liner Berganda.....	45
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
1. Uji Normaslitasi.....	46
2. Uji Multikolinieritas.....	48
3. Uji Heteroskedasitas.....	48
4.2.4 Uji Kelayakn Model.....	50
1. Uji F.....	50
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
4.2.5 Uji Hipotesis.....	52
4.3 Pembahasan.....	54
4.3.1 <i>Sales Promotion</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.3.2 <i>Brand Ambassador</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.3.4 <i>Brand Image</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
BAB 5: PENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Keterbatasan.....	59
5.3 Saran.....	59
JADWAL PENELITIAN.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Transaksi Di Tokopedia Bulan Januari-Agustus 2020	4
2. Peneliti Terdahulu	20
3. Karakteristik Tanggapan Responden Menurut Jenis Kelamin.....	36
4. Karakteristik Tanggapan Responden Menurut Usia	37
5. Karakteristik Tanggapan Responden Menurut Program Study.....	37
6. Kelas Interval	38
7. Distribusi Frekuensi Berdasarkan <i>Sales Promotion</i>	39
8. Distribusi Frekuensi <i>Brand Ambassador</i>	40
9. Distribusi Frekuensi <i>Brand Image</i>	41
10. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Pembelian	42
11. Hasil Uji Validitas.....	43
12. Hasil Uji Reliabilitas	44
13. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	45
14. Hasil Uji Normalitas	48
15. Hasil Uji Multikolinieritas	49
16. Hasil Uji F.....	51
17. Hasil Uji Determinasi Koefisien (R^2)	52
18. Hasil Uji Hipotesis	53

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1. Rerangka Pemikiran.....	21
2. Grafik Uji Normalitas	47
3. Grafik Uji Heteroskedastisitas	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	63
2. Hasil Tabulasi Kuesioner	67
3. Tabulasi Frekuensi Data.....	76
4. Hasil Output SPSS	84
5. Surat Tugas Bimbingan Skripsi	90
6. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	91
7. Surat Pernyataan	92
8. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian	93
9. Surat Keterangan Bebas Plagiasi	94
10. Berita Acara Sidang	96