

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PENGGUNA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI KECAMATAN MAGETAN)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagaian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Rizka Dwi Lestari
NIM : 19414939
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2023

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PENGGUNA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI KECAMATAN MAGETAN)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Rizka Dwi Lestari

NIM : 19414939

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Electronic Word of Mouth*, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna *Marketplace* Tokopedia di Kecamatan Magetan)

Nama : Rizka Dwi Lestari

NIM : 19414939

Tempat, Tanggal Lahir : Magetan, 26 Maret 2001

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 24 Juli 2023

Pembimbing I



Dra. Umi Farida., MM
NIDN. 0710016101

Pembimbing II



Titis Purwaningrum, SE., M.MA
NIDN. 0704047001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji :

Sekretaris

Ketua



Dra. Umi Farida., MM
NIDN. 0710016101



Wahna Widhianingrum, SP., MM
NIDN.0707118602

Anggota



Eka Destriyanto Pristi A, S.AB., MM
NIDN. 0711128404

RINGKASAN

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PENGGUNA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI KECAMATAN MAGETAN)

Rizka Dwi Lestari 19414939

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Perkembangan era globalisasi ditandai oleh berbagai macam perubahan, salah satunya yaitu perkembangan teknologi yang bergerak pada bidang *e-commerce* yang berkembang pesat *marketplace* Tokopedia. Semakin bertambahnya penduduk semakin besar pula keinginan untuk melakukan keputusan pembelian secara online tanpa harus datang ke toko. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand ambassador*, *electronic word of mouth*, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada pengguna *marketplace* Tokopedia di Kecamatan Magetan. Peneliti menggunakan sampel sejumlah 100 responden yang merupakan pengguna *marketplace* Tokopedia di Kecamatan Magetan dengan menggunakan teknik pengambilan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Adapun dalam menganalisis data-data yang diperoleh memakai uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t dan uji f. Alat analisis datanya menggunakan regresi linear berganda dan koefisien determinasi. Semua data-data tersebut diolah menggunakan SPSS versi 26. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini, yaitu: 1) *Brand Ambassador* tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2) *Electronic Word of Mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3) Keragaman Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna *marketplace* Tokopedia di Kecamatan Magetan.

Kata kunci : *Brand Ambassador*, *Electronic Word of Mouth*, dan Keragaman Produk, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan ridho Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul : *Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth*, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna *Marketplace* Tokopedia di Kecamatan Magetan) dapat terselesaikan dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak terkait, sehubungan dengan itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak – banyaknya kepada :

1. Dr. H. Happy Susanto, M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Dr. Hadi Sumarsono, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Naming Kristuyana, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Dra. Umi Farida., MM, selaku Dosen Pembimbing I yang dengan kesabaran hati dan ketulusan hati telah memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Titis Purwaningrum, SE., M.MA, selaku Dosen Pembimbing II yang dengan kesabaran hati dan ketulusan hati telah memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak/ibu Dosen dan Karyawan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah membantu dan sebagai fasilitator dalam menuntut ilmu hingga akhir studi.
7. Ibuku Lasmi dan keluarga tercinta, yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil, yang selalu memanjatkan do'a dan cinta kasih yang tak pernah pupus.
8. Teman – teman seperjuangan angkatan 2019 manajemen

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Ponorogo, 24 Juli 2023

Penulis



RIZKA DWI LESTARI

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis ucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan kemudahan, dan kelancaran kepada penulis atas pembuatan skripsi ini.

Skripsi ini penulis persembahkan, kepada :

Ibu saya Lasmi dan Bapak saya Mujianto selaku orang tua saya tercinta yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan selalu mendoakan saya.

Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna.

Riky Aprianto selaku kakak saya tercinta yang selalu mendukung dan memfasilitasi semua kebutuhan saya sampai detik ini serta telah berhasil dalam menyekolahkan adik tercintamu ini sampai menjadi sarjana.

Terima kasih telah menjadi kakak yang baik.

Semua keluarga besar serta kerabat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan baik berupa materi maupun nasihat.

Serta terima kasih kepada teman-temanku tercinta Eka Desi Ramadhani, Lina Rahmawati, Devi Milla Ayu Septiani, Elsera Faradiba dan Anita Xtisani Trisna yang selalu menyemangati dan menasihati saya dalam mengerjakan skripsi.

Terima kasih atas segalanya, tanpa itu semua saya bukanlah apa-apa.

Semoga Allah selalu memberikan yang terbaik untuk kalian, dan selalu dalam lindungan Allah SWT.

PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu institusi pendidikan dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 24 Juli 2023



Rizka Dwi Lestari
NIM. 19414939

MOTTO

“Janganlah takut mengambil resiko dalam hidup, karena setiap kegagalan adalah pelajaran yang berharga”.

(Buya Hamka)



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	6
C. Manfaat Penelitian	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Manajemen Pemasaran.....	8
2. Perilaku Konsumen.....	13
3. <i>Brand Ambassador</i>	16
4. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	21
5. Keragaman Produk	25
6. Keputusan Pembelian	28
B. Penelitian Terdahulu.....	33
C. Kerangka Pemikiran	35
D. Hipotesis	37
BAB III	40
METODE PENELITIAN	40

A. Ruang Lingkup Penelitian	40
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
C. Jenis Data Penelitian.....	42
1. Data Primer	42
2. Data Sekunder	42
D. Metode Pengambilan Data	43
E. Definisi Operasional Variabel.....	44
F. Metode Analisis Data.....	47
1. Uji Instrumen	47
2. Uji Asumsi Klasik.....	50
3. Analisis Regresi	51
a.) Analisis Regresi Linear Berganda	51
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	52
5. Uji Hipotesis	54
BAB IV	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
1. Profil Singkat Perusahaan	57
2. Logo Perusahaan Pt. Tokopedia.....	58
3. Visi & Misi Pt. Tokopedia	58
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	59
1. Deskripsi Identitas Responden.....	59
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
C. Uji Instrumen	73
1. Uji Validitas	73
2. Uji Reliabilitas.....	74
D. Uji Asumsi Klasik	75
1. Uji Normalitas	75
2. Uji Multikolinearitas	76
3. Uji Heteroskedastisitas	78
E. Analisis Regresi Berganda.....	79

F. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	82
G. Uji Hipotesis	82
1) Uji T	82
2) Uji F	86
H. Pembahasan	87
1.) Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna <i>Marketplace</i> Tokopedia di Magetan.....	87
2.) Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna <i>Marketplace</i> Tokopedia di Magetan	88
3.) Pengaruh Keragaman Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna <i>Marketplace</i> Tokopedia di Magetan.....	89
4.) Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X_1), <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X_2) , dan Keragaman Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Pengguna <i>Marketplace</i> Tokopedia di Magetan.....	90
BAB V	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95



DAFTAR TABEL

Tabel 2.0 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.0 Skala Likert.....	44
Tabel 4.0 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	62
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Brand Ambassador (X_1).....	64
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap E-WOM(X_2).....	66
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Keragaman Produk (X_3).....	68
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Butir Kuesioner.....	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	78
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
Tabel 4.14 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	82
Tabel 4.15 Uji T.....	83
Tabel 4.16 Uji F.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.0 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.0 Logo Perusahaan	58
Gambar 4.1 Kurva Daerah Penolakan H_0_1 dan Penerimaan H_{a_1}	84
Gambar 4.2 Kurva Daerah Penolakan H_0_2 dan Penerimaan H_{a_2}	85
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penolakan H_0_3 dan Penerimaan H_{a_3}	85
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penolakan H_0_4 dan Penerimaan H_{a_4}	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2. Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	105
Lampiran 3. Tabulasi Data Jawaban Responden.....	108
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	115
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	118
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik.....	119
Lampiran 7. Hasil Analisis Linear Berganda, Uji T, Uji F & R ²).....	120
Lampiran 8. Distribusi Nilai R Tabel.....	122
Lampiran 9. Distribusi Nilai T Tabel.....	123
Lampiran 10. Distribusi Nilai F Tabel.....	124
Lampiran 11. Berita Acara	126

