



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

SKRIPSI

Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Trust* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya pada Aplikasi Tokopedia

Evi Rahmawati
181500249

Dosen Pembimbing
I Made Bagus Dwiarta, S.E.,M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND TRUS*
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI
MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS PGRI ADI
BUANA SURABAYA PADA APLIKASI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**EVI RAHMAWATI
NIM: 181500249**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Trust* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya pada Aplikasi Tokopedia

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Evi Rahmawati
- b. NIM : 181500249
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- e. Alamat e-mail : rahmaevi51@gmail.com

Surabaya, 29 Maret 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi

I Made Bagus Dwiarta S.E., M.M.
NPP: 1109598/DY

Dosen Pembimbing


I Made Bagus Dwiarta S.E., M.M.
NPP: 1109598/DY

Mengetahui,
Dekan

Tony Susnandono S.E., M.Pd., M.SM
NPP: 0709494/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

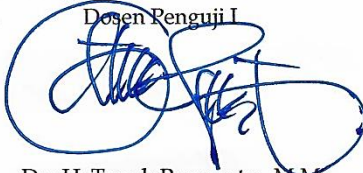
Hari : Jum'at

Tanggal : 18 Maret

Tahun : 2022

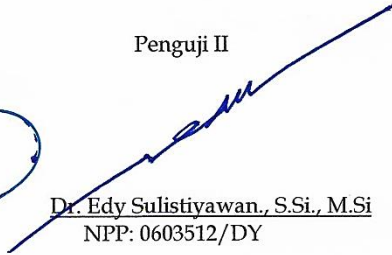
Mengetahui,

Dosen Penguji I



Drs. H. Teguh Purwanto., M.M
NIP: 196012221990031001

Penguji II



Dr. Edy Sulistiyawan., S.Si, M.Si
NPP: 0603512/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

- a. Nama : Evi Rahmawati
 - b. NIM : 181500249
 - c. Program Studi : Manajemen
 - d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
- Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Trust* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya pada Aplikasi Tokopedia” yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dandengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 29 Maret 2022

Mahasiswa,



Evi Rahmawati

Nim: 181500249

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil'alamiin, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan karunia kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **"Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Trust* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya pada Aplikasi Tokopedia"**. Laporan Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
2. Kepada kedua orang tua dan saudara-saudara saya yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk melakukan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Kepada Erma Septiana S.Pd dan Panji Andrian Sundoro S.Pd selaku kakak saya yang selalu memberikan support untuk menyusun skripsi.
5. Kepada Pratu Yudha Tri Nurdianto selaku orang spesial yang selalu menemani, memberi dukungan, serta memberikan semangat dalam penyusunan skripsi dari awal hingga selesai.
6. Kepada Ema, Ega, Wahyu, Hafid, Afifah, Shinta, Argo, Putri selaku sahabat saya yang selalu memberikan motivasi, support dan bantuan sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.

7. Kepada semua rekan seperjuangan Prodi Manajemen khususnya kelas A dan F angkatan 2018 yang telah membantu dan memberikan support selama 4 tahun ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga mampu menyelesaikan ini dengan tepat waktu. Dengan judul skripsi ***“Pengaruh Brand Ambassador, Brand Trust dan Brand Image terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya pada Aplikasi Tokopedia”***.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan dan dukungan dari pihak lain. Sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. M. Subandowo M.S selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.S.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberi bimbingan, pengarahan, dan koreksi serta membantu selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama berada pada bangku kuliah.

Surabaya, 09 Maret 2022

Penulis

MOTTO

“Pilihanmu akan membawa resiko, selanjutnya jalani dengan
ikhtiar, do’a dan tawwakal”

~Evi Rahmawati~

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan pengaruh dari *Brand Ambassador*, *Brand Trust* dan *Brand Image* terhadap minat beli pada aplikasi Tokopedia. Populasi yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari Mahasiswa aktif program studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* sebanyak 170 responden. Hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa *Brand Ambassador* terhadap minat beli memiliki thitung sebesar 4,177 dengan nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$). *Brand Trust* terhadap minat beli memiliki thitung sebesar 2,069 dengan nilai signifikan 0,040 ($0,040 < 0,05$). *Brand Image* terhadap minat beli memiliki thitung sebesar 0,784 dengan nilai signifikan 0,434 ($0,434 > 0,05$). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *Brand Ambassador* dan *Brand Trust* berpengaruh terhadap minat beli secara parsial, sedangkan *Brand image* tidak berpengaruh terhadap minat beli.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Trust*, *Brand Image* dan Minat Beli

ABSTRACT

This research aim to analyse and prove the influence of brand ambassador, brand trust and brand image to buying trust on Tokopedia application. Population used in this research consist of active colledge student management of PGRI Adi Buana Surabaya Univercity. The research use accidental sampling of 170 respondece. From the analyse data research can concluded that brand ambassador to buying interest hav tcount amount 4,177 with significant value 0,000 ($0,000 < 0,05$). Brand trust to buying interest have tcount amount 2,069 with significant value 0,040 ($0,040 < 0,05$). Brand image to buying interest have tcount amount 0,784 with significant value 0,434 ($0,434 > 0,05$). The conclusion is brand ambassador and brand trust influence buying interest in partial meanwhile brand image doesn't influence buying interest. At F-test dihasilkan fcount amount of 10,983 with significant value 0,000 ($0,000 < 0,05$) so brand ambassador, brand trust and brand image in simultan influence buying interest the colledge student management at PGRI Adi Buana Surabaya Univercity on Tokopedia application.

Keyword: Brand Ambassador, Brand Trust, Brand Image and Buying Interest

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGATAR	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Pemasaran	21
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	21
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	22
2.2.4 <i>Brand Ambassador</i>	27
2.2.5 <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek).....	30
2.2.6 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	31
2.2.7 Minat Beli.....	34

2.2.8 Hubungan Antar Variabel.....	37
2.3 Kerangka Konseptual	38
2.4 Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Rancangan Penelitian	40
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Sampel.....	43
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	44
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.3.1 Jenis Data	46
3.3.2 Sumber Data.....	46
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	47
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data	47
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.3 Lokasi Penelitian	49
3.4.4 Waktu Penelitian.....	50
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	50
3.5.1 Variabel Penelitian.....	50
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	50
3.6 Teknik Analisis Data.....	52
3.6.1 Instrumen Pengujian Penelitian.....	52
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik	53
3.6.3 Analisa Regresi Linear Berganda.....	55
3.6.4 Pengujian Hipotesis	55
BAB IV HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN ...	57
4.1 Penyajian Data	57
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	57

4.2 Karakteristik Responden	59
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	59
4.3.1 Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan	59
4.3.1.1 Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	59
4.3.1.2 Variabel <i>Brand Trust</i> (X2).....	60
4.3.1.3 Variabel <i>Brand Image</i> (X3).....	61
4.3.1.4 Variabel Minat Belli (Y)	62
4.4 Analisis Data Penelitian	63
4.4.1 Persiapan Analisis Data	63
4.4.2 Hasil Penyajian Instrumen Penelitian.....	63
4.4.2.1 Uji Validitas.....	64
4.4.2.2 Uji Reliabilitas	65
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	66
4.4.3.1 Uji Normalitas	66
4.4.3.2 Uji Multikoneritas	67
4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	68
4.4.3.4 Uji Autokorelasi.....	69
4.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	69
4.4.5 Pembuktian Hipotesis Penelitian.....	71
4.4.5.1 Pembuktian Hipotesis 1	71
4.4.5.2 Pembuktian Hipotesis 2	72
4.4.5.3 Pembuktian Hipotesis 3	73
4.4.5.4 Pembuktian Hipotesis 4	74
4.4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Simpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar <i>Marketplace</i> 10 besar di Indonesia.....	2
Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahul	16
Tabel 3.1. Kriteria Sampel	45
Tabel 3.2. Skala Likert.....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	59
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi <i>Brand Ambassador</i> (X1)	60
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi <i>Brand Trust</i> (X2).....	60
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi <i>Brand Image</i> (X3)	61
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Minat Beli (Y).....	62
Tabel 4.7 Uji Validitas	64
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.9 Uji Normalitas	66
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.11 Uji Autokorelasi	69
Tabel 4.12 Analisis Linear Berganda	70
Tabel 4.13 Uji t Hipotesis 1.....	72
Tabel 4.14 Uji t Hipotesis 2.....	72
Tabel 4.15 Uji t Hipotesis 3.....	73
Tabel 4.16 Uji F Hipotesis 4.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	26
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	38
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	42
Gambar 3.1 Rancangan Scattrplot	68

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 Berita Acara Ujian Proposal
- Lampiran 4 Kuisisioner
- Lampiran 5 Tabulasi *Brand Ambassador*
- Lampiran 6 Tabulasi *Brand Trust*
- Lampiran 7 Tabulasi *Brand Image*
- Lampiran 8 Tabulasi Minat Beli
- Lampiran 9 Tabel Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 10 Hasil Perhitungan Uji Validitas
- Lampiran 11 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas
- Lampiran 12 Hasil Uji Normalitas, Multikolinieritas,
Heteroskedastisitas, Autokorelasi dan Linear
Regresi Linear Berganda
- Lampiran 13 Hasil Perhitungan Uji t & F
- Lampiran 14 Halaman Persetujuan
- Lampiran 15 Surat Pengantar Plagiasi
- Lampiran 16 Surat Pernyataan Bebas Plagiasi
- Lampiran 17 Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi