

PENGARUH BRAND AMBASSADOR
E-SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER PERCEPTION
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
ECOMMERCE “BUKALAPAK”
(Studi kasus pada konsumen online di Ig BUKALAPAK)

SKRIPSI



Novia wulandari

2017.69.10.0030

PROGRAM STUDI ADMINITRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : PENGARUH BRAND AMBASSADOR E-SERVICE QUALITY
DAN CUSTOMER PERCEPTION TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI ECOMMERCE "BUKALAPAK"

(Studi kasus pada konsumen online di IG BUKALAPAK)

Disusun oleh : Novia wulandari

NIM : 201769100030

Fakultas : Ilmu sosial dan Ilmu politik

Jurusan : Adminitrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk
dipertahankan di depan tim penguji

Pasuruan, 28 Agustus 2021



Kaprodi

(Nur aijzah, S.Sos, M.AB)

NIP. 069.15.02.001

Menyetujui

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Eko agus alfianto".

(Drs. Eko agus alfianto, M.AB)

NIP. Y. 069.04.03.012

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN PADA:

HARI : Sabtu

TANGGAL : 28 Agustus 2021

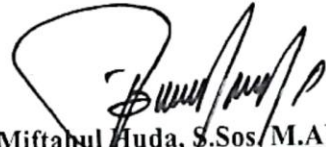
JUDUL : PENGARUH BRAND AMBASSADOR E-SERVICE QUALITY
DAN CUSTOMER PERCEPTION TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI ECOMMERCE "BUKALAPAK"

(Studi kasus pada konsumen online di IG BUKALAPAK)

DINYATAKAN LULUS

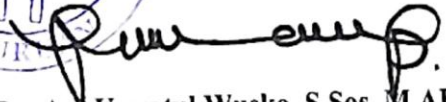
MAJELIS PENGUJI


(Dr. Khoirul Huda, S.H., M.Hum)
NIP. Y 0690601046


(Miftahul Huda, S.Sos./M.AB)
NIP. Y 069508056

MENGESAHKAN,




(Dr. Ani Urwatul Wusko, S.Sos, M.AB)
NIP Y 06911030337

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novia Wulandari
Nim : 201769100030
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi: Administrasi Bisnis

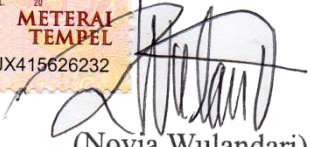
Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 28 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,




(Novia Wulandari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah yang maha esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidaya-nya, sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi saya dengan judul “ PENGARUH BRAND AMBASSADOR E-SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER PERCEPTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE BUKALAPAK” (Studi kasus pada konsumen online di Ig BUKALAPAK)

Penulisan skripsi ini guna melengkapi tugas akhir progam S1 konsentrasi Pemasaran jurusan adminitrasi bisnis fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Yudharta Pasuruan.

Pada kesempatan ini penulis telah banyak mendapatkan bimbingan dukungan dan bantuan dar berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas rahmat dan ridhonya saya dapat selesai mengerjakan tugas proposal skripsi ini
2. Bapak Dr. Kholid Murtadlo ME selaku rektor universitas yudharta
3. Ibu Ani Urwatul wusko S.sos M.AB selaku dekan fakultas ilmu sosial ilmu politik universitas yudharta
4. Bapak Drs, Eko Agus Alfianto, M.AB selaku dosen pembimbing saya dalam mengerjakan proposal skripsi
5. Ibu Nur Ajizah S.Sos, M.AB selaku kaprodi adminitrasi bisnis universitas yudharta pasuruan.

Semoga segala kebbaikannya dibalas oleh Allah SWT, Besar harapan saya agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak. Saya mengucapkan terimakasih dan semoga Allah SWT senantiasa selalu melindungi kita semua.

Pasuruan, 28 Agustus 2021

Penulis

NOVIA WULANDARI

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|-----|
| COVER | |
| PERSETUJUAN | i |
| TANDA PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN | iii |
| UCAPAN TERIMA KASIH | iv |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |

BAB I. PENDAHULUAN

| | |
|---|---|
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan dan manfaat penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 9 |
| 2.1.1 Perilaku Konsumen | 9 |
| 2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen..... | 9 |
| 2.1.1.2 Faktor-faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... | 10 |
| 2.1.2 Brand Ambassador | 11 |
| 2.1.2.1 Pengertian Brand Ambassador | 11 |
| 2.1.2.2 Indikator Brand Ambassador..... | 12 |
| 2.1.3 E-service Quality..... | 12 |
| 2.1.3.1 Pengertian E-service Quality | 12 |
| 2.1.3.2 Indikator E-service Quality..... | 13 |
| 2.1.4 Customer Perception | 14 |
| 2.1.4.1 Pengertian Customer Perception | 14 |
| 2.1.4.2 Faktor-faktor Customer Perception | 14 |
| 2.1.4.3 Proses Customer Perception | 15 |
| 2.1.5 Keputusan Pembelian | 15 |

| | |
|---|----|
| 2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian | 15 |
| 2.1.5.2 Proses Keputusan Pembelian..... | 16 |
| 2.1.5.3 Faktor-faktor Keputusan Pembelian | 16 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel | 26 |
| 2.4 Kerangka Penelitian | 28 |
| 2.5 Hipotesis..... | 29 |

BAB III. METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1 Jenis Penelitian | 31 |
| 3.2 Lokasi penelitian | 31 |
| 3.3 Populasi Dan Sampel | 31 |
| 3.3.1 Populasi | 32 |
| 3.3.2 Sampel | 32 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| 3.4.1 Sumber Data | 34 |
| 3.4.2 Metode Pengumpulan Data | 34 |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel..... | 36 |
| 3.5.1 Variabel Bebas (X)..... | 36 |
| 3.5.2 Variabel Terikat (Y) | 38 |
| 3.5.3 Skala Pengumpulan Data..... | 38 |
| 3.6 Uji Instrumen Penelitian | 40 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 40 |
| 3.6.2 Jenis Raliabilitas | 41 |
| 3.7 Uji Asumsi Klasik | 42 |
| 3.7.1 Uji Normalitas | 42 |
| 3.7.2 Uji Multikoleniaritas | 43 |
| 3.7.3 Uji Heteroskedastisitas | 43 |
| 3.8 Analisis Regresi Linier Berganda | 44 |
| 3.9 Pengujian Hipotesis..... | 44 |
| 3.9.1 Uji F (Simultan)..... | 44 |
| 3.9.2 Uji T (Parsial) | 45 |
| 3.9.3 Uji Determinasi | 46 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | |
| 4.2 Karakteristik Reponden..... | 48 |
| 4.2.1 Jenis Kelamin | 48 |
| 4.2.2 Usia..... | 49 |
| 4.2.3 Pendidikan..... | 50 |
| 4.2.4 Pekerjaan | 50 |
| 4.2.5 Pendapatan..... | 51 |
| 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden..... | 52 |
| 4.3.1 Brand Ambassador (X1)..... | 52 |
| 4.3.2 E-service Quality (X2) | 53 |
| 4.3.3 Customer Perception (X3)..... | 54 |
| 4.3.4 Keputusan Pembelian (Y) | 54 |
| 4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian | 55 |
| 4.4.1 Uji Validitas | 55 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas..... | 56 |
| 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik | 57 |
| 4.5.1 Uji Normalitas | 57 |
| 4.5.2 Uji Multikoleniaritas | 58 |
| 4.5.3 Uji Heteroskedasitas..... | 59 |
| 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda | 60 |
| 4.7 Hasil Uji Hipotesis | 61 |
| 4.7.1 Uji F (Simultan)..... | 62 |
| 4.7.2 Uji T (Parsial)..... | 62 |
| 4.7.3 Uji Determinasi | 64 |
| 4.8 Pembahasan..... | 64 |
| 4.8.1 Brand Ambassador (X1)..... | 64 |
| 4.8.2 E-service Quality (X2) | 65 |
| 4.8.3 Customer Perception (X3)..... | 67 |
| 4.9 Implikasi Hasil Penelitian | 68 |
| 4.9.1 Brand Ambassador (X1)..... | 69 |
| 4.9.2 E-service Quality (X2) | 69 |
| 4.5.3 Customer Perception (X3)..... | 70 |

BAB V. PENUTUP

| | |
|----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan | 71 |
| 5.2 Saran..... | 71 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Keterangan | Hal |
|--------------|--|------------|
| 1.1 | E-commerce yang paling banyak dikunjungi periode Q4 2018-Q1 2021 | 2 |
| 2.1 | Penelitian terdahulu | 24 |
| 4.6 | Hasil analisis regresi linier berganda | 60 |
| 3.5.1 | Indikator & item pertanyaan variabel dependen | 36 |
| 3.5.2 | Indikator & item pertanyaan variabel independen | 37 |
| 3.5.3 | Skala pengukuran likert | 38 |
| 4.2.1 | Hasil analisis berdasarkan jenis kelamin responden | 39 |
| 4.2.2 | Hasil analisis berdasarkan usia responden | 49 |
| 4.2.3 | Hasil analisis berdasarkan pendidikan responden | 50 |
| 4.2.4 | Hasil analisis berdasarkan pekerjaan responden | 50 |
| 4.2.5 | Hasil analisis berdasarkan pendapatan responden | 51 |
| 4.3.1 | Distribusi frekuensi jawaban responden X1 | 52 |
| 4.3.2 | Distribusi frekuensi jawaban responden X2 | 53 |
| 4.3.3 | Distribusi frekuensi jawaban responden X3 | 54 |
| 4.3.4 | Distribusi frekuensi jawaban responden Y | 54 |
| 4.4.1 | Hasil uji variabel | 55 |
| 4.4.2 | Hasil uji reliabilitas | 56 |
| 4.5.2 | Hasil uji multikoleniaritas | 58 |
| 4.5.3 | Hasil uji Glejser | 59 |
| 4.7.1 | Hasil Uji F (Simultan) | 62 |
| 4.7.2 | Hasil Uji T (Parsial) | 63 |
| 4.7.3 | Hasil Koefisien Determinan (<i>Adjusted R²</i>) | 64 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Keterangan | Hal |
|---------------|---|------------|
| 1.1 | Vincent & Desta mempromosikan Bukalapak | 4 |
| 2.1 | Kerangka berpikir yulia sasmita 2019 | 17 |
| 2.2 | Kerangka berpikir heppiana lestari dkk 2019 | 18 |
| 2.3 | Kerangka berpikir kevin daniel dkk 2020 | 19 |
| 2.4 | Kerangka berpikir abd wahid muslim 2020 | 20 |
| 2.5 | Kerangka berpikir erik yayat kurniawan 2017 | 20 |
| 2.6 | Kerangka berpikir agus sriyanto dkk 2019 | 21 |
| 2.7 | Kerangka berpikir ni wayan nonik dkk 2015 | 22 |
| 2.8 | Kerangka berpikir elizabet lusiani 2019 | 22 |
| 2.9 | Kerangka berpikir desmansyah desy 2020 | 23 |
| 4.7 | Hasil uji hipotesis | 62 |
| 2.10 | Kerangka berpikir dayan maria 2020 | 24 |
| 2.5.1 | Model hipotesis | 29 |
| 4.5.1 | Metode grafik histogram | 57 |
| 4.5.2 | Normal probability plot | 58 |
| 4.5.3 | Normal uji heteroskedastisitas | 59 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Keterangan | Hal |
|-----------------|-------------------------------|------------|
| 1 | Kuesioner Penelitian | 76 |
| 2 | Hasil Uji Validitas | 79 |
| 3 | Hasil Uji Reliabilitas | 83 |
| 4 | Hasil Uji Normalitas | 84 |
| 5 | Hasil Uji Multikolenieritas | 85 |
| 6 | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 85 |
| 7 | Hasil Regresi Linier Berganda | 86 |
| 8 | Hasil Uji T (Parsial) | 86 |
| 9 | Hasil Uji F (Simultan) | 86 |
| 10 | Hasil Koefisien Determinan | 87 |
| 11 | Tabulasi Data | 88 |
| 12 | Tabel r | 95 |
| 13 | Tabel t | 96 |
| 14 | Tabel f | 97 |

