

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* IDOL KPOP, PROMOSI, DAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SHOPEE YANG ADA DI JEMBER)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :
Nurul Aisyah
NIM. 18.1041.1158

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* IDOL KPOP, PROMOSI, DAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SHOPEE YANG ADA DI JEMBER)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :
Nurul Aisyah
NIM. 18.1041.1158

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurul Aisyah
NIM : 1810411158
Program Studi : Ekonomi / Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : *PENGARUH BRAND AMBASSADOR IDOL KPOP, PROMOSI DAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SHOPEE YANG ADA DI JEMBER)*; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi yang telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya hasil plagiat ataupun tiruan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun, serta saya bersedia memperleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember,
Yang Menyatakan



SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* IDOL KPOP, PROMOSI, DAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SHOPEE YANG ADA DI JEMBER)



Oleh :
Nurul Aisyah
NIM. 18.1041.1158

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama

: Budi Santoso, S.E., M.M., M.Akun

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, which appears to be "Budi Santoso".

Dosen Pembimbing Pendamping

: Dr. Haris Hermawan, S.E., M.M

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink, which appears to be "Dr. Haris Hermawan".

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh *Brand Ambassador* Idol Kpop, Promosi, Dan Fitur Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee Yang Ada Di Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Sabtu
Tanggal : 23. April 2022
Tempat : Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Wahyu Eko Setianingsih, S.E., M.M

NIP. 1979120811503633

Anggota 1,

Anggota 2,

Budi Santoso, S.E., M.M., M.Akun

NIP. 1973100911139340

Dr. Haris Hermawan, S.E., M.M.,

NIP. 1968101011503640

Mengesahkan :



Mahenilka Dari, S.E., M.M

NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi.

Achmad Hasan H., S.E., M.M

NIP. 1986051411703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, diantaranya :

1. Kedua orangtua saya yang telah memberikan dukungan baik materil dan non materil sampai saya bisa berada pada posisi saat ini.
2. Bapak Budi Santoso, S. E., M.M., M.Akun, & Bapak Dr. Haris Hermawan, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing penulis selama proses pengerjaan.
3. Ibu Wahyu Eko Setianingsih, S.E., M.M, selaku dosen penguji.
4. Saudara dan saudari saya yang telah memberikan dukungan secara psikologis agar saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman dekat saya yang sudah menemani dan merangkul saya mulai dari awal perkuliahan dimulai hingga akhir.

MOTTO

“Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing-masing beredar pada garis edarnya”

(Q.S Ya-sin : 40)

“You need to remember your failures, to keep growing and improving in the future”

(Seo Changbin-SKZ)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT karena dengan limpahan rahmat serta hidayah-Nya serta anugerah yang tiada terkira, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW beserta para sahabat yang telah mengajari kita suri tauladan, dan yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah ke zaman moderen seperti yang kita rasakan saat ini, sehingga dengan kemudahannya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* Idol Kpop, Promosi, Dan Fitur Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee Yang Ada Di Jember).”

Atas segala upaya upaya, bimbingan, dan arahan, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada **Bapak Budi Santoso, S.E., M.M., M.Akun. Selaku Dosen Pembimbing I, & Bapak Dr. Haris Hermawan, S.E. MM., Selaku Dosen Pembimbing II** serta semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian penelitian ini, terutama :

1. Bapak Dr. Hanafi, M. Pd. Selaku rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Kedua orangtua saya yang sudah sangat berjasa dalam hidup saya.

Penulis dengan kesadaran penuh menyampaikan permohonan maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam penulisan proposal penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat menjadi koreksi bersama untuk perbaikan selanjutnya, segala hal telah diucapkan semoga bermanfaat baik bagi penulis maupun pembaca.

Jember, 23 April 2022



Penulis
Nurul Aisyah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PEMBAHASAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1. Tujuan Penelitian	5
1.3.2. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Tinjauan Teori	6
2.1.1. <i>Brand Ambassador</i> Idol Kpop	6
2.1.2. Promosi	8
2.1.3. Fitur	9
2.1.4. Keputusan Pembelian	9
2.2. Penelitian Terdahulu	10
2.3. Kerangka Konseptual	14
2.4. Hipotesis Penelitian	14
2.4.1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Idol Kpop Terhadap Keputusan Pembelian	14
2.4.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	15
2.4.3. Pengaruh Fitur Terhadap Keputusan Pembelian	15
BAB III METODELOGI PENELITIAN	16
3.1. Identifikasi Variabel	16
3.2. Definisi Operasional Variabel	16
3.2.1. Variabel Terikat Keputusan Pembelian (Y)	16
3.2.2. Variabel Bebas (X)	16
3.3. Desain Penelitian	18
3.4. Jenis Dan Sumber Data	18
3.4.1. Jenis Data	18

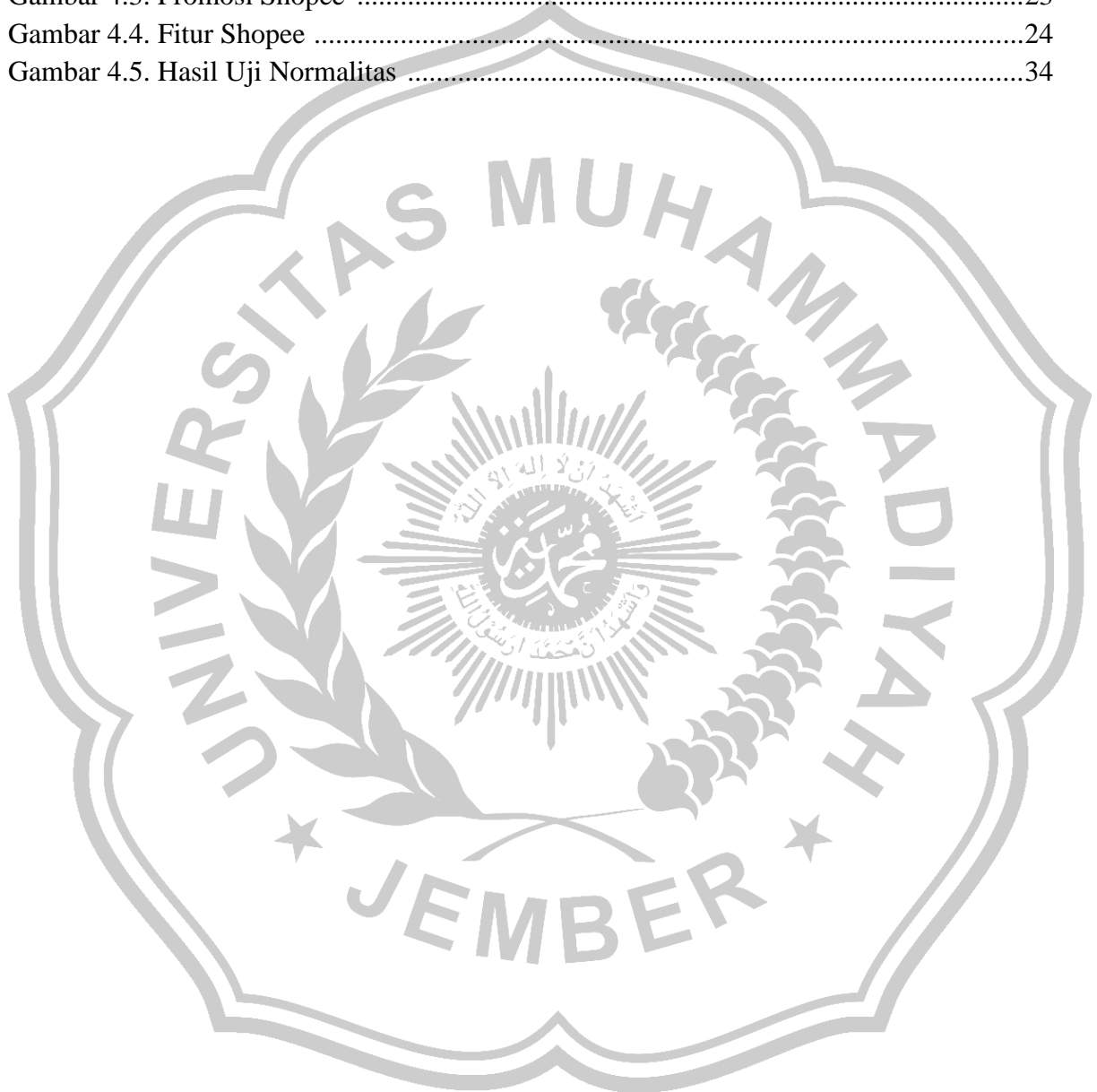
3.4.2. Sumber Data	18
3.5. Populasi Dan Sampel	18
3.5.1. Populasi	18
3.5.2. Sampel	18
3.6. Pengukuran Variabel	19
3.7. Teknik Pengumpulan Data	19
3.8. Teknik Analisis Data	19
3.8.1. Uji Statistik Deskriptif	19
3.8.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	20
3.8.3. Uji Asumsi Klasik	20
3.8.4. Uji Hipotesis	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1. Gambaran Umum	22
4.1.1. Gambaran Umum Shopee Indonesia	22
4.1.2. Visi Dan Misi Shopee Indonesia	24
4.1.3. Aspek Pemasaran	24
4.2. Hasil Analisis Data	25
4.3.1. Statistik Deskriptif	25
4.3.2. Hasil Uji Instrumen Data	33
4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	34
4.3.1. Uji Normalitas	34
4.3.2. Uji Multikolinearitas	35
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas	35
4.4. Analisis Regresi Berganda	36
4.4.1. Pengujian Hipotesis	37
4.4.2. Uji Koefisien Determinasi	37
4.5. Hasil Dan Pembahasan	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	31
4.1. Kesimpulan	31
4.2. Kerbatasan Penelitian	31
4.3. Saran	31
DAFTAR PUSTAKA	33

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pengunjung Bulanan Situs <i>E-Commerce</i> (Kuartal IV 2020)	1
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.1. Kategori Produk Shopee	24
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden	25
Tabel 4.3. Usia Responden	25
Tabel 4.4. Pendidikan Terakhir Responden	26
Tabel 4.5. Jumlah Pembelian Responden	26
Tabel 4.6. Penggemar Kpop	26
Tabel 4.7. Brand Ambassador Idol Kpop	27
Tabel 4.8. Brand Ambassador Idol Kpop	27
Tabel 4.9. Brand Ambassador Idol Kpop	27
Tabel 4.10. Brand Ambassador Idol Kpop	28
Tabel 4.11. Promosi	28
Tabel 4.12. Promosi	29
Tabel 4.13. Promosi	29
Tabel 4.14. Promosi	29
Tabel 4.15. Fitur	30
Tabel 4.16. Fitur	30
Tabel 4.17. Fitur	31
Tabel 4.18. Fitur	31
Tabel 4.19. Keputusan Pembelian	32
Tabel 4.20. Keputusan Pembelian	32
Tabel 4.21. Keputusan Pembelian	32
Tabel 4.22. Uji Validitas Data	33
Tabel 4.23. Uji Reliabilitas Data	34
Tabel 4.24. Hasil Uji Multikolinearitas	35
Tabel 4.25. Hasil Uji Heteroskedastisitas	35
Tabel 4.26. Hasil Analisis Regresi Berganda	36
Tabel 4.27. Uji t	37
Tabel 4.28. Hasil Uji Determinasi	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pengunjung Web Bulanan Shopee dan Tokopedia	3
Gambar 1.2. Data Pengguna <i>Ecommerce</i> di Jember	4
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	14
Gambar 4.1. Logo Shopee	22
Gambar 4.2. Brand Ambassador Shopee 2020	23
Gambar 4.3. Promosi Shopee	23
Gambar 4.4. Fitur Shopee	24
Gambar 4.5. Hasil Uji Normalitas	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumental Penelitian	45
Lampiran 2. Data Mentah Penelitian	50
Lampiran 3. Uji Validitas Dan Reliabilitas	59
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik	63
Lampiran 5. Dokumentasi	66

