

**ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND TRUST DAN BRAND EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**SKRIPSI**

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



**WIDIA AULIA EKASARI  
2010411030**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2025**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

**NAMA** : Widia Aulia Ekasari  
**NIM** : 2010411030  
**PRODI** : MANAJEMEN

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Trust Dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam instusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. 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 memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

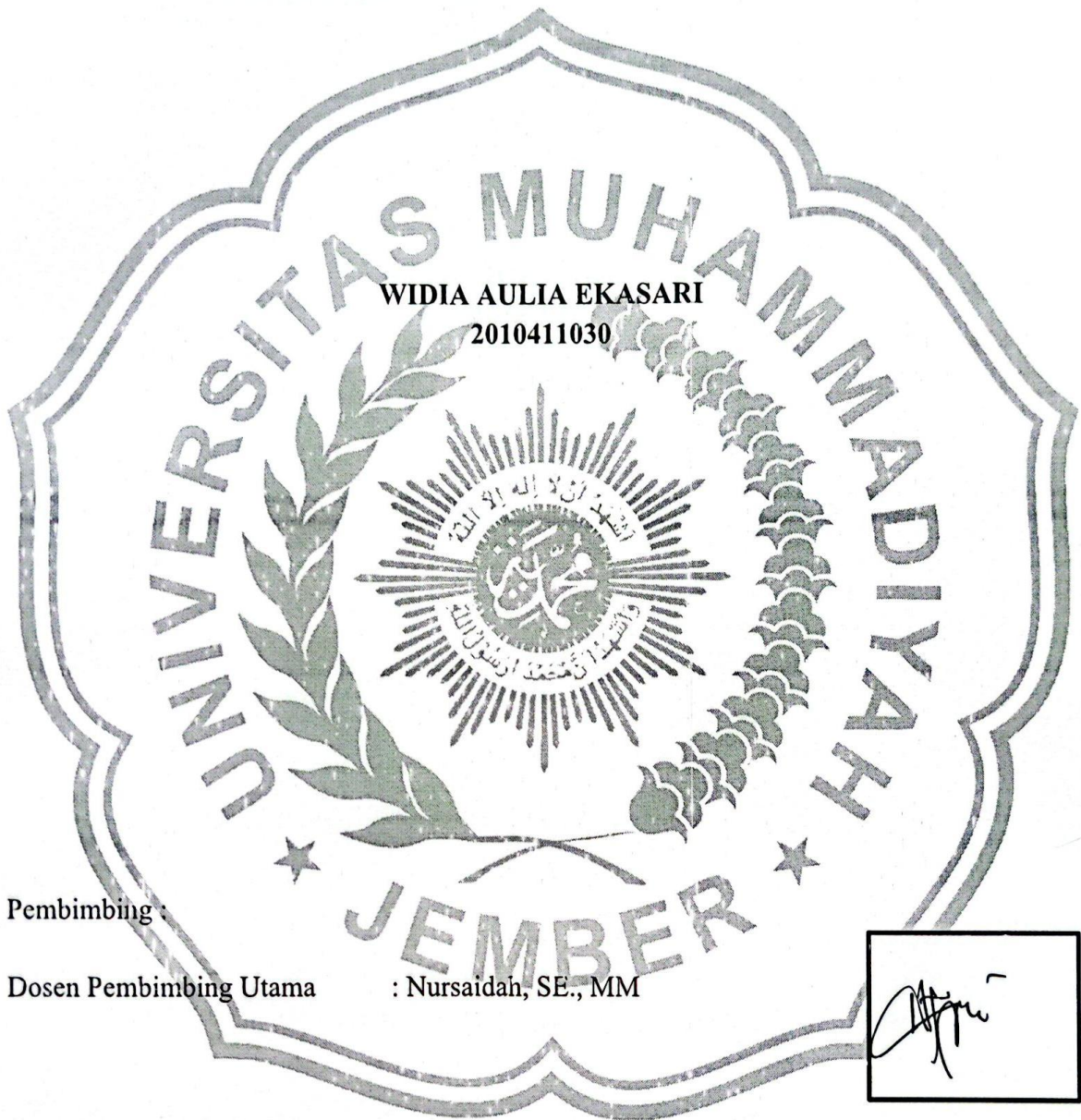
Jember, 03 Februari 2025  
Yang menyatakan



Widia Aulia Ekasari

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND TRUST DAN BRAND EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**



**WIDIA AULIA EKASARI**  
**2010411030**

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Nursaidah, SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Rusdiyanto, S.Pd.I., M.Pd.I

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul : *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Trust dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis  
Tanggal : 30 Januari 2025  
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Muhammadiyah Jember



Meheni Ika Sari, SE., MM  
NIP. 197708112005012001

Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.  
NPK. 1972032710509477

## PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta nikmat kesehatan, ilmu pengetahuan yang tiada batasan dan kasihnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan ridho dan nikmatnya sehingga saya dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Terimakasih kepada orang tua saya yaitu Ibu Umi Fariqoh dan Bapak M. Kasim yang telah memberikan motivasi, dukungan dan kasih sayang yang tidak dapat terbalaskan oleh apapun, serta doa yang dipanjatkan untuk saya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dan dukungan baik moral dan material.
3. Terimakasih kepada saudara kandung saya M. Alfin Setiawan yang turut memberikan doa, motivasi serta menghibur saya dengan tingkah konyolnya.
4. Terimakasih kepada suami saya Dian Afadhiga yang sangat berarti atas kehadirannya yang telah memberikan motivasi, do'a serta telah menghibur saya dalam kesedihan dan mendengarkan keluh kesah yang saya alami dalam menyusun skripsi.
5. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing dan Penguji yang telah membantu, membimbing sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada civitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, staff pengajar, karyawan dan seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember.
7. Terimakasih kepada Shopee, dengan adanya Shopee saya mendapat inspirasi terhadap judul yang saya pilih berdasarkan fenomena.
8. Terimakasih kepada Mimus dan Vivi yang telah menemani, memotivasi, serta meluangkan waktu untuk mendengar keluh kesah selama perkuliahan.
9. Terimakasih kepada teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2020.
10. Terimakasih untuk diri saya sendiri yang telah berusaha, berjuang sampai detik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil.

## MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyrah:5)

“Tidak ada perjuangan tanpa rasa sakit, tapi percayalah sakitnya sementara dan bahagia akan terasa selamanya.”

(Edwar Satria)

“Tidak ada hal yang sia-sia dalam belajar karena ilmu akan bermanfaat pada waktunya”.



## KATA PENGANTAR



*Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul, “Pengaruh Live Streaming, Influencer Marketing Dan Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Tiktok Shop Di Kabupaten Jember” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu wujud nyata untuk memenuhi impian yang menjadi kewajiban yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Jember
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
3. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Ibu Wahyu Eko Setyaningsih, SE., MM selaku dosen penguji utama
5. Ibu Nursaidah, SE, MM selaku dosen pembimbing I dan;
6. Bapak Rusdiyanto, S.Pd.I., M.Pd.I selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis
8. Kedua orang tua dan keluarga besar yang selalu mendukung saya dalam penyelesaian skripsi ini
9. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Atas amal baik yang telah diberikan kepada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat dan hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 20 November 2024

Widia Aulia Ekasari

## DAFTAR ISI

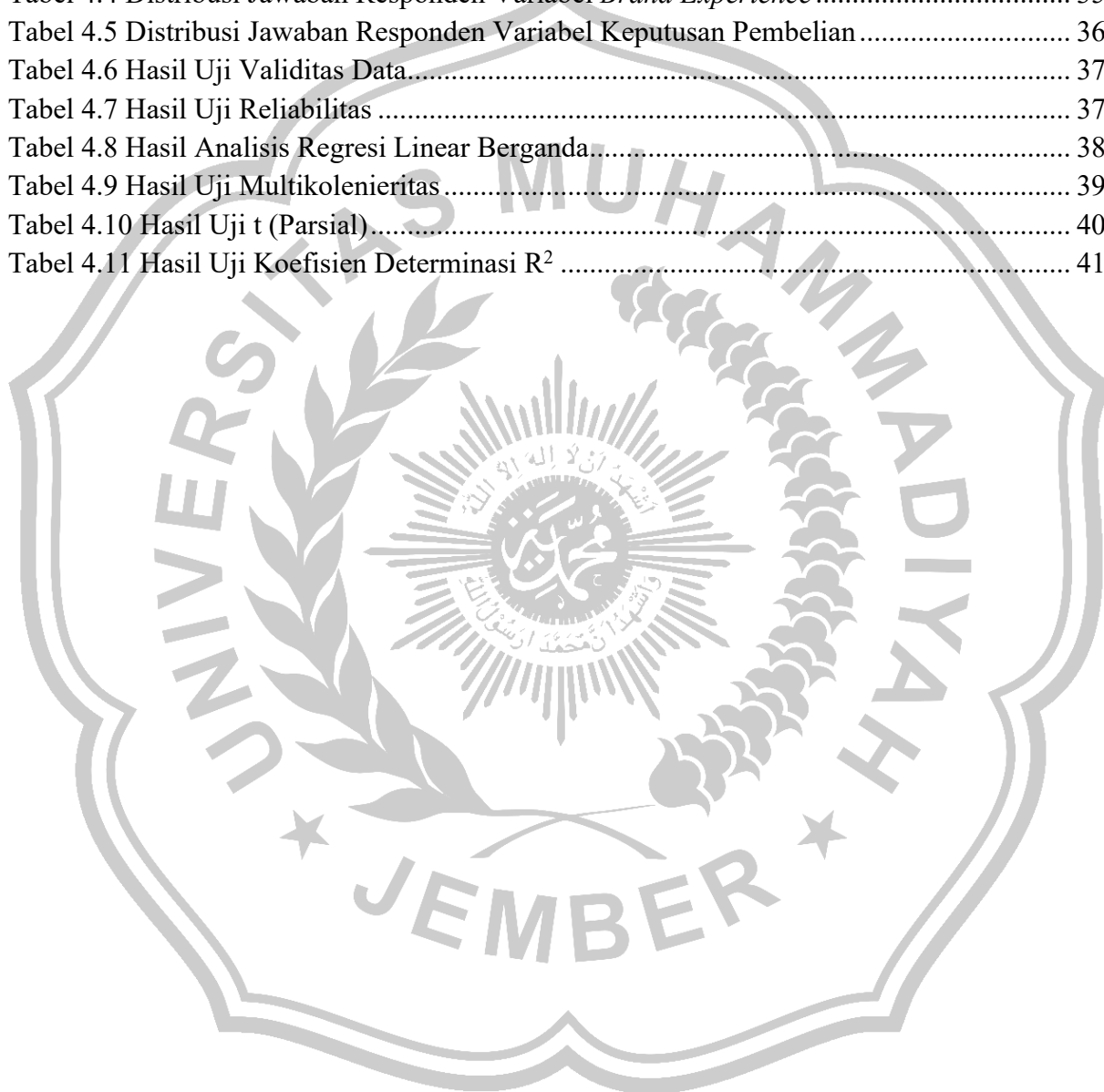
<b>COVER</b> .....	<b>I</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>II</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>III</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>IV</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>V</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>VI</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>VIII</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>IX</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>X</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>XII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>XIII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Pembatasan Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 <i>Brand Awareness</i> .....	7
2.1.3 <i>Brand Trust</i> .....	8
2.1.4 Brand Experience .....	11
2.1.5 Perilaku Konsumen .....	12
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	13
2.6.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	16
2.6.1.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Konseptual.....	21
2.4 Hipotesis .....	21
2.4.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.4.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.4.3 Pengaruh <i>Brand Experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1 Identifikasi Variabel.....	23
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.3 Desain Penelitian .....	24
3.4 Jenis Data .....	24
1. Data Primer .....	24
2. Data Sekunder.....	25
3.5 Populasi dan Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	25
1. Populasi.....	25
2. Sampel.....	25
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	26



3.7	Teknik Analisis Data.....	26
3.8	Statistik Deskriptif .....	27
3.9	Uji Instrumen Data.....	27
3.10	Analisis Regresi Linear Berganda .....	27
3.11	Uji Asumsi Klasik.....	28
1.	Uji Normalitas.....	28
2.	Uji Multikolinearitas .....	28
3.	Uji Heterokedastisitas .....	28
3.12	Uji Hipotesis Parsial (Uji-t) .....	28
3.13	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>30</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	30
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	30
4.1.2	Visi dan Misi .....	30
4.1.3	Struktur Organisasi .....	31
4.1.4	Logo Perusahaan.....	32
4.1.5	Jenis Produk dan Layanan .....	32
4.2	Analisis Deskriptif .....	33
4.2.1	Frekuensi Pembelian yang dilakukan Mahasiswa Dalam Satu Bulan Menggunakan Shopee .....	33
4.2.2	Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i> ( $X_1$ ) .....	34
4.2.3	Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Trust</i> ( $X_2$ ) .....	34
4.2.4	Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Experience</i> ( $X_3$ ) .....	35
4.2.5	Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	36
4.3	Uji Instrumen Data.....	36
4.3.1	Uji Validitas.....	36
4.3.2	Uji Reabilitas .....	37
4.4	Analisis Linear Berganda.....	38
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	38
4.5.1	Uji Normalitas .....	38
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	39
4.5.3	Uji Heterokedastisitas.....	39
4.6	Uji Hipotesis .....	40
4.7	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	41
4.8	Pembahasan.....	41
4.8.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
4.8.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
4.8.3	Pengaruh <i>Brand Experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	45
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>47</b>
5.1	Kesimpulan .....	47
5.2	Saran .....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>48</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>		<b>52</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 4.1 Jumlah Pembelian Mahasiswa dalam Satu Bulan .....	33
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	34
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Trust</i> .....	34
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Experience</i> .....	35
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Data.....	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	37
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolenieritas .....	39
Tabel 4.10 Hasil Uji t (Parsial).....	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	41



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengunjung Marketplace.....	2
Gambar 1.2 Presentase Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember yang Menggunakan Marketplace Shopee .....	5
Gambar 1.3 Presentase mahasiswa Universitas Muhammadiyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam membeli produk di marketplace pada bulan November 2024 .....	6
Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian.....	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Shoppe .....	31
Gambar 4.2 Logo Perusahaan Shoppe.....	32
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas .....	39
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	40



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	51
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Kuesioner.....	54
Lampiran 3. Deskripsi Statistik Jawaban Responden.....	58
Lampiran 4. Hasil Uji Intrumen Data.....	60
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	64
Lampiran 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis.....	65
Lampiran 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	65
Lampiran 9. R Tabel .....	66
Lampiran 10. Dokumentasi dan Surat Izin Penelitian.....	68

