

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI i

DAFTAR TABEL iii

DAFTAR GAMBAR vi

DAFTAR GRAFIK vii

DAFTAR LAMPIRAN..... viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka	14
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	14
2.1.2 Kajian Manajemen	17
2.1.3 Kajian Variabel yang Diteliti	22
1. Brand Ambassador	22
2. Brand Image	26
3. Keputusan Pembelian	31
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan	36
2.2. Kerangka Pemikiran	41
2.3. Hipotesis Penelitian	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian yang digunakan	45
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	46
3.2.1 Definisi Variabel	46
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	49
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	50
3.3.1 Populasi	50
3.3.2 Sampel	50
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1 Sumber Data	52

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5. Teknik Analisis Data	53
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian	63
3.6.1 Tempat Penelitian	63
3.6.2 Waktu Penelitian	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	65
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.1.2 karakteristik Responden	73
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti	75
4.1.3.1 Deskripsi Hasil Penelitian tentang <i>Brand Ambassador</i> pada Pengguna Tokopedia di Desa Manggungjaya (X_1)	76
4.1.3.2 Deskripsi Hasil Penelitian tentang <i>Brand Image</i> pada Pengguna Tokopedia di Desa Manggungjaya (X_2)	87
4.1.3.3 Deskripsi Hasil Penelitian tentang Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia di Desa Manggungjaya (Y).....	97
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	111
4.1.4.1 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	112
4.1.4.2 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	120
4.1.4.3 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	128
4.2 Pembahasan	137
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna Tokopedia di Desa Manggungjaya	138
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia di Desa Manggungjaya.....	139
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia di Desa Manggungjaya.....	140

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	143
5.2 Saran	143

DAFTAR PUSTAKA 146

Lampiran-Lampiran

Riwayat Hidup

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	37
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	49
Tabel 3.2 Intepretasi Koefisien Korelasi X_1 terhadap Y.....	54
Tabel 3.3 Intepretasi Koefisien Korelasi X_2 terhadap Y.....	57
Tabel 3.4 Intepretasi Koefisien X_1 dan X_2 terhadap Y	61
Tabel 3.5 Rencana Pelaksanaan Penelitian.....	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	74
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Pembelian	75
Tabel 4.5 Pedoman Interpretasi Relasional.....	76
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Saya membeli produk di Tokopedia karena BTS sebagai brand ambassador Tokopedia”	77
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “BTS mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap Tokopedia”	78
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “BTS memiliki keahlian dalam mempromosikan Tokopedia”	79
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Saya membeli produk di Tokopedia karena informasi produk yang disampaikan BTS mudah saya pahami”	80
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Saya membeli produk di Tokopedia karena penampilan BTS yang selalu menarik”	81
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Saya membeli produk di Tokopedia karena BTS mempunyai reputasi yang baik”	82
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Produk yang dibawa BTS mudah saya terima”	83
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Ketika melihat BTS, timbul keinginan untuk mengikuti apa yang dilakukan BTS”	84
Tabel 4.14 Rekapitulasi Skor Total Responden Terhadap Variabel <i>Brand Ambassador</i> Pada Pengguna Tokopedia Di Desa Manggungjaya	85
Tabel 4.15 pedoman Interpretasi <i>Brand Ambassador</i>	86
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Tokopedia merupakan <i>E-Commerce</i> yang sangat terpercaya”	87
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Tokopedia sangat mudah di kenal oleh konsumen”	88

Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Saya sangat mengetahui Tokopedia dengan baik”	89
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Tokopedia mempunyai banyak manfaat”	90
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Tokopedia sudah sesuai dengan harapan konsumen”	91
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Tokopedia mempunyai cara unik untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen”	92
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Ketika saya ingin mendapatkan sesuatu, saya mengakses E-Commerce Tokopedia”	93
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Tokopedia selalu melakukan promosi yang menarik”	94
Tabel 4.24 Rekapitulasi Skor Total Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> Pada Pengguna Tokopedia Di Desa Manggungjaya	95
Tabel 4.25 Pedoman Interpretasi <i>Brand Image</i>	96
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Produk yang ditawarkan Tokopedia sangat beragam jenisnya”	97
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Banyaknya pilihan produk di Tokopedia sangat menarik minat konsumen untuk membeli produk” ..	98
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Konsumen membeli produk di Tokopedia karena memiliki varian produk yang berkualitas”	99
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Konsumen memilih produk di Tokopedia karena memiliki kualitas yang baik dengan harga yang lebih terjangkau”	100
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Konsumen melakukan pembelian produk di Tokopedia karena produk yang dipasarkan nya sangat lengkap”	101
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Sebelum melakukan pembelian di Tokopedia konsumen mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur produk”	102
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Konsumen melakukan pembelian di Tokopedia karena perusahaan selalu memberikan promo kepada konsumen”	103
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Konsumen selalu melakukan pembelian produk di Tokopedia ketika konsumen merasa membutuhkan”	104
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Konsumen cenderung melakukan pembelian apabila perusahaan mengadakan even-even tertentu”	105

Tabel 4.35 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Perusahaan menyediakan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para konsumen”	106
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Konsumen melakukan pembelian produk di Tokopedia karena metode pembayarannya sangat mudah”	107
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan “Tokopedia memberikan fasilitas pembayaran bisa secara COD maupun transaksi non tunai melalui transfer sehingga dapat memudahkan konsumen untuk membeli produk”	108
Tabel 4.38 Rekapitulasi Skor Total Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Pada Pengguna Tokopedia Di Desa Manggungjaya	109
Tabel 4.39 Pedoman Interpretasi Keputusan Pembelian	111
Tabel 4.40 Nilai-Nilai Untuk Menghitung Regresi dan Korelasi <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	112
Tabel 4.41 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	117
Tabel 4.42 Nilai-Nilai Untuk Menghitung Regresi dan Korelasi <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	120
Tabel 4.43 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	125
Tabel 4.44 Nilai-Nilai Untuk Menghitung Regresi dan Korelasi <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	128
Tabel 4.45 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 BTS sebagai <i>Brand Ambassador</i> Tokopedia	6
Gaambar 1.2 Promo Waktu Indonesia Belanja Tokopedia.....	6
Gambar 2.1 Model Sederhana Proses Pemasaran	19
Gambar 2.2 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap	33
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian	43
Gambar 4.1 Logo dan Maskot Tokopedia	65
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Tokopedia	70
Gambar 4.3 Penjualan Tokopedia.....	71
Gambar 4.4 Pembayaran Tokopedia.....	71
Gambar 4.5 Transaksi Tokopedia.....	72

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce.....	2
Grafik 1.2 Data Nilai Transaksi Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee Tahun 2014-2023	3
Grafik 1.3 Jumlah Pengunjung Situs Bulanan 5 E-Commerce Terbesar di Indonesia (Desember 2022- Februari 2023)	7

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Jawaban Responden Mengenai Variabel X_1 *Brand Ambassador*
- Lampiran 3. Jawaban Responden Mengenai Variabel X_2 *Brand Image*
- Lampiran 4. Jawaban Responden Mengenai Variabel Y Keputusan Pembelian
- Lampiran 5. Titik Presentase Distribusi t
- Lampiran 6. Titik presentase Distribusi f
- Lampiran 7. Surat Tugas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 8. Surat Ijin Penelitian Skripsi
- Lampiran 9. Surat Pemberian Ijin Penelitian
- Lampiran 10. Daftar