

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DISKON DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AZARINE DI SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Narotama Surabaya Angkatan 2019)**

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Universitas Narotama Surabaya*



Disusun Oleh :

**MIA PUTRI JAYANTI**

**01219077**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NAROTAMA  
SURABAYA  
2023**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mia Putri Jayanti  
NIM : 01219077  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DISKON, DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AZARINE DI SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Narotama Surabaya Angkatan 2019)

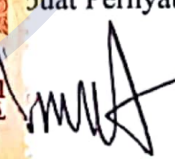
Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Surabaya, 23 Februari 2023

buat Pernyataan,



  
Mia Putri Jayanti  
01219077

## PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DISKON DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AZARINE DI SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Narotama Surabaya Angkatan 2019)**

DIAJUKAN OLEH :

Mia Putri Jayanti

01219077

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

1. DOSEN PEMBIMBING,  
Ani Wulandari, S.S., M.M



2. KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,  
I Putu Artaya, S.E., M.M



**HALAMAN PENGESAHAN**

**TELAH DIUJI DAN PERTAHANKAN  
PADA HARI JUMAT, TANGGAL 03 FEBRUARI 2023**

**Judul Skripsi**

**“Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, Diskon dan Gratis Ongkir  
Terhadap Keputusan Pembelian Azarine di Shopee”**

**(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Narotama Surabaya Angkatan 2019)**

Disusun Oleh : Mia Putri Jayanti  
NIM : 01219077  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Tim Penguji

1. Ani Wulandari, S.S., MM



2. Dr Arasy Alimudin, SE.,MM



3. Agus Sukoco, ST., MM

**HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mia Putri Jayanti

NIM : 01219077

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalti Free Right).

*Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, Diskon, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Azarine di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Narotama Surabaya Angkatan 2019)*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 23 Februari 2023

Yang Menyatakan



(Mia Putri Jayanti)

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul

**“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DISKON DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AZARINE DI SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Narotama Surabaya Angkatan 2019)”**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada : Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta hikmat dalam menyelesaikan skripsi ini.

1. Saya ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya tercinta Sugiyono dan Tunggal Siswanti sebagai bapak dan ibu yang selalu mendoakan saya, memberikan dorongan semangat serta membantu menyelesaikan skripsi ini tanpa mengenal lelah.
2. Dr Esther H.SpKj selaku psikiater saya yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan memotivasi saya agar bisa bangkit dan kuat menjalani kehidupan yang berat ini.
3. Bapak Dr Arasy Alimudin, SE.,MM selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak Agus Sukoco, ST., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak I Putu Artaya, SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
6. Ibu Ani Wulandari, S.S., MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya.
7. Teman-teman sepembimbingan Mam Ani terimakasih banyak atas kenangan suka dan duka selama mengerjakan tugas akhir ini terimakasih kepada Atika, Afira, Kaka

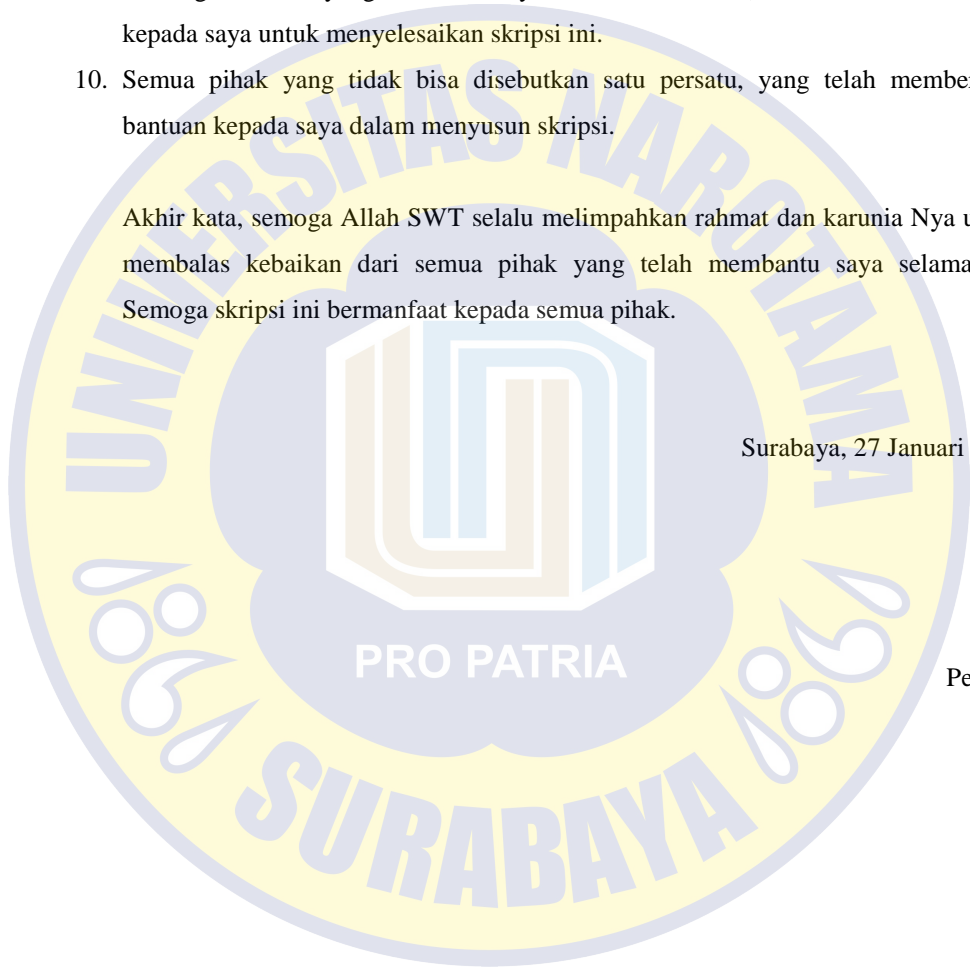
Ber, Ivon, Mas Dehan, Mas Hamdan, Mas Andika, Pak Eko dan terimakasih kepada Hanifa, Mbak Evi, Mas Kukuh, Mas Tito serta teman temanku yang lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih banyak.

8. Bapak/Ibu dosen, staff, dan karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
9. Keluarga tercinta yang tiada hentinya memberikan do'a, motivasi dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyusun skripsi.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak.

Surabaya, 27 Januari 2023

Penulis



## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DISKON DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AZARINE DI SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Narotama Surabaya Angkatan 2019)**

Dosen Pembimbing : Ani Wulandari, S.S., M.M.

Oleh :

Mia Putri Jayanti (01219077)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari brand ambassador, kualitas produk, diskon dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian konsumen azarine di shopee pada Mahasiswa Manajemen Universitas Narotama Surabaya Angkatan 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Mahasiswa Manajemen Universitas Narotama Surabaya Angkatan 2019. Teknik sampling menggunakan purposive sampling dengan mengambil 100 responden. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda melalui aplikasi IBM SPSS versi 26 for windows. Hasil penelitian menyatakan bahwa brand ambassador, kualitas produk, diskon secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel gratis ongkir secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel brand ambassador, kualitas produk, diskon dan gratis ongkir berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel brand ambassador memiliki kontribusi paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Azarine di Shopee pada Mahasiswa Manajemen Universitas Narotama Surabaya Angkatan 2019.

***Kata kunci*** : *Brand Ambassador, Kualitas Produk, Diskon, Gratis Ongkir, Keputusan Pembelian*



## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR, QUALITY PRODUCT, DISCOUNT, AND FREE SHIPPING ON AZARINE'S PURCHASE DECISION AT SHOPEE**

**(Case on Management Students at Narotama University Surabaya Class of 2019)**

Advisor : Ani Wulandari. S.S., M.M.

By :

Mia Putri Jayanti (01219077)

This research aim to analyze effect from brand ambassadors, product quality, discounts and free shipping on purchasing decisions of azarine consumers at shopee for Management Students at Narotama University Surabaya Class of 2019. Population in this research all consumen at Narotama Management Students at University of Surabaya Class of 2019. Sampling technique on this research is make purposive sampling with 100 respondent. Collect data with share questionnaire. Technique analyze with multiple regression. Tools analyze with IBM SPSS version 26 for windows. The results showed that the brand ambassadors, product quality, discounts partially have a positive significant effect on purchasing decisions, while the free shipping variable partially have negative significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, the variables of brand ambassador, product quality, discount and free shipping have a significant effect on purchasing decisions and brand ambassador variables have the greatest contribution to the purchasing decisions of Azarine at Shopee in Management Students at Narotama University Surabaya Class of 2019.

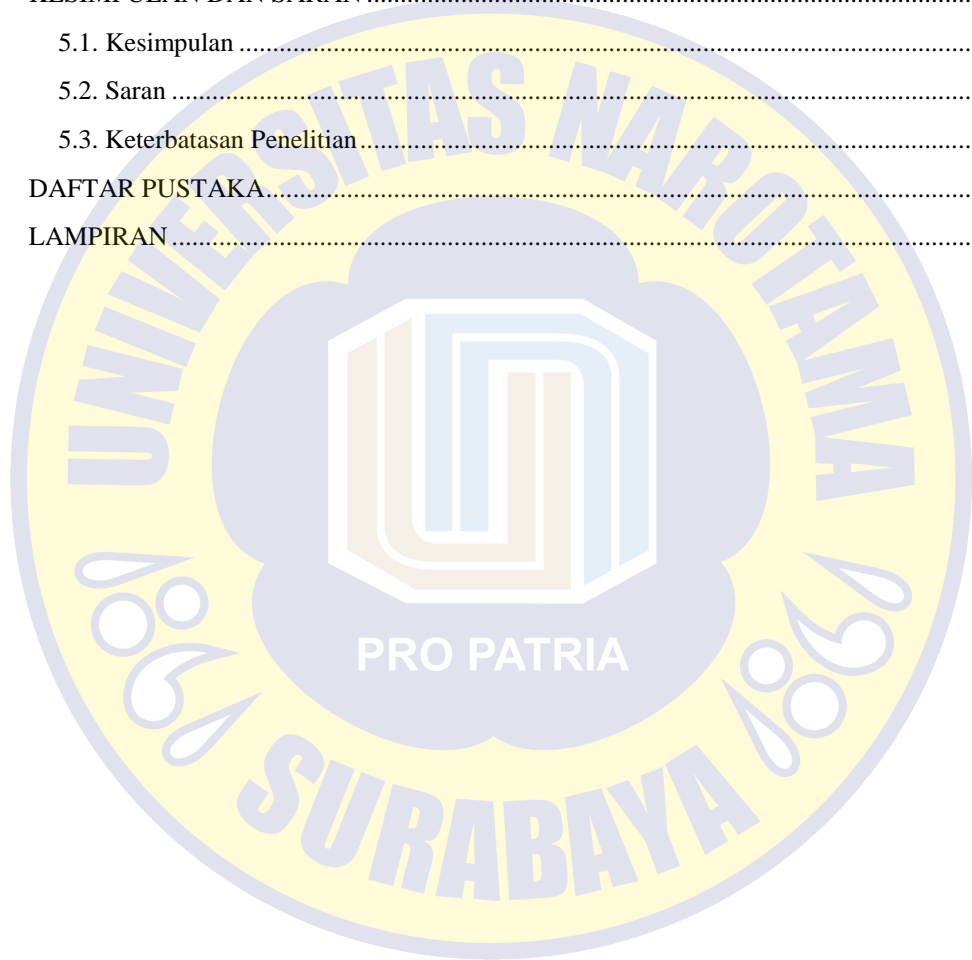
*Key word : Brand Ambassador, Product Quality, Discount, Free Shipping, Purchasing Decision*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Batasan Masalah.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Tinjauan Empiris.....	8
2.2. Landasan Teori.....	25
2.2.1. Brand Ambassador.....	25
2.2.2. Kualitas Produk.....	28
2.2.3. Diskon.....	31
2.2.4. Gratis Ongkir.....	33
2.2.5. Keputusan Pembelian.....	34
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	38

2.4.	Kerangka Konsep Penelitian.....	40
2.5.	Hipotesis .....	40
BAB III.....		42
METODE PENELITIAN .....		42
3.1.	Pendekatan Penelitian .....	42
3.2.	Lokasi dan Rencana Waktu Penelitian.....	42
3.3.	Populasi dan Sampel .....	42
3.3.1.	Populasi .....	42
3.3.2.	Sampel .....	43
3.4.	Variabel Penelitian.....	44
3.5.	Jenis dan Sumber Data.....	45
3.5.1.	Jenis Data.....	45
3.5.2.	Sumber Data .....	45
3.6.	Definisi Operasional Penelitian.....	45
3.7.	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.7.1.	Penyebaran Angket/Kuesioner.....	48
3.8.	Jenis Skala Pengukuran.....	49
3.9.	Teknik Analisis Data.....	49
3.9.1.	Uji Validitas dan Reabilitas .....	50
3.9.2.	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.9.3.	Analisis Regresi Berganda.....	52
3.9.4.	Uji Hipotesis .....	53
3.9.5.	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	54
BAB IV .....		55
HASIL DAN PEMBAHASAN .....		55
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.2.	Deskripsi Data Hasil Responden.....	55
4.2.1.	Profil Responden .....	55
4.2.2.	Distribusi Jawaban Responden .....	57
4.3.	Hasil Penelitian .....	62
4.3.1.	Uji Kualitas Data .....	62
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik.....	66

4.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	70
4.3.4. Uji Hipotesis .....	71
4.3.5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	74
4.4. Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
BAB V .....	79
KESIMPULAN DAN SARAN .....	79
5.1. Kesimpulan .....	79
5.2. Saran .....	80
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	87



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Platform E-commerce Pilihan Masyarakat Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Produk Terlaris di Shopee .....	3
Gambar 4.1 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot .....	69



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2.2 Penelitian Saat Ini.....	23
Tabel 2.3 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert.....	49
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili.....	57
Tabel 4.4 Kategori Jawaban Responden.....	57
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Ambassador.....	58
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Diskon.....	60
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Gratis Ongkir.....	61
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Brand Ambassador (X1).....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Kualitas Produk (X2).....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Diskon (X3).....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Gratis Ongkir (X4).....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Reabilitas.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel 4.18 Intrepetasi Multikolinieritas.....	68
Tabel 4.19 Uji Heteroskedastisitas Metode Spearman Rho.....	70
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	70
Tabel 4.21 Hasil Uji T.....	72
Tabel 4.22 Hasil Uji F.....	74
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata .....	87
Lampiran 2 Kuesioner .....	88
Lampiran 3 Tabulasi Data .....	92
Lampiran 4 Data Interval.....	97
Lampiran 5 Hasil Output SPSS .....	99
Lampiran 6 Tabel Bimbingan.....	111
Lampiran 7 Hasil Plagiasi .....	112
Lampiran 8 Sertifikat Conference .....	113

