

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN PEMASARAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK DAN LOYALITAS
PELANGGAN DI TOKOPEDIA**

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AND SOCIAL MEDIA
MARKETING ON BRAND TRUST AND CUSTOMER LOYALTY IN
TOKOPEDIA***



Disusun oleh :

ALHANIFIYYATUSSAMHAH

20200410412

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN PEMASARAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK DAN LOYALITAS
PELANGGAN DI TOKOPEDIA**

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AND SOCIAL MEDIA
MARKETING ON BRAND TRUST AND CUSTOMER LOYALTY IN
TOKOPEDIA***


Diajukan oleh :

ALHANIFIYYATUSSAMHAH

20200410412

Telah disetujui oleh :

Pembimbing


Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M
NIK. 9680531199202143012

Tanggal 23 November 2023

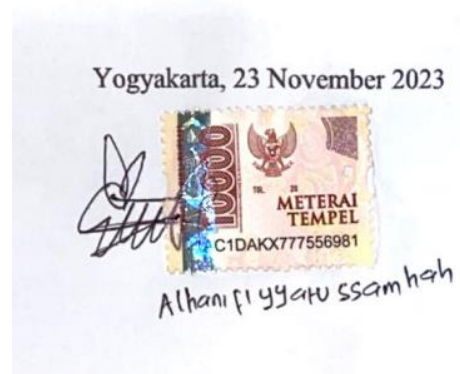
PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Alhanifiyyatussamhah

Nomor Induk Mahasiswa : 20200410412

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK DAN LOYALITAS PELANGGAN DI TOKOPEDIA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.



MOTTO

“Education is the key to unlocking the world, a passport to freedom”.

- Oprah Winfrey

“What you think, you become.

What you feel, you attract

What you imagine, you creat.”

- Gautama Buddha

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan rahmat dan karunia Allah SWT, saya berhasil menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador* dan Pemasaran Media Sosial terhadap Kepercayaan Merek dan Loyalitas Pelanggan di Tokopedia”. Saya juga tak lupa memanjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing hati umatnya dalam cahaya keislaman. Saya ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung atas selesainya skripsi ini

1. Keluarga tercinta, orang-tua saya dan saudara-saudara saya yang selalu memberikan kasih sayang dan doa, dukungan serta motivasi yang berharga.
2. Teman-teman saya yang senantiasa membantu dan memberikan dukungan yang berarti selama masa studi di perguruan tinggi.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, rahmat, serta hidayat-Nya sehingga penulis mampu merampungkan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* dan Pemasaran Media Sosial terhadap Kepercayaan Merek dan Loyalitas Pelanggan di Tokopedia”. Skripsi ini disusun dengan maksud untuk menyelesaikan tugas akhir dalam mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E.,M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, MM. selaku dosen pembimbing yang telah menyisihkan waktu dari jadwal padatnya untuk memberikan kritik, saran, arahan, serta wawasan yang berharga kepada saya selama proses penulisan skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, perhatian, semangat dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.

Sebagai kata akhir tiada gading yang tak retak, penulis masih menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan kedepannya. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan nilai dan manfaat bagi setiap pembaca yang meluangkan waktunya untuk membaca.

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING | i |
| HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI | ii |
| PERNYATAAN | iii |
| MOTTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| INTISARI..... | vi |
| ABSTRACT | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah Penelitian | 11 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 11 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 12 |
| BAB II | 13 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 13 |
| A. Landasan Teori | 13 |
| B. Penelitian Terdahulu | 19 |
| C. Pengembangan Hipotesis..... | 23 |
| D. Model Penelitian | 32 |
| BAB III..... | 34 |
| METODE PENELITIAN | 34 |
| A. Objek dan Subjek Penelitian | 34 |
| B. Teknik Pengambilan Sampel..... | 34 |
| C. Jenis Data | 35 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 35 |
| E. Definisi Operasional Variabel | 36 |

| | |
|---|-----------|
| F. Uji Kualitas Instrumen | 37 |
| G. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis | 39 |
| BAB IV | 46 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 46 |
| A. Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian | 46 |
| B. Uji Kualitas Instrumen | 52 |
| C. Hasil Uji Hipotesis | 65 |
| D. Pembahasan | 70 |
| BAB V | 80 |
| SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN | 80 |
| A. Simpulan | 80 |
| B. Keterbatasan Penelitian | 82 |
| C. Saran | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA | 86 |
| LAMPIRAN | 92 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Data Pengunjung <i>E-Commerce</i> di Indonesia | 4 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 19 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian | 36 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian | 36 |
| Tabel 3. 2 Tabel Tingkat Interval | 40 |
| Tabel 4. 1 Umur Responden | 49 |
| Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden | 49 |
| Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden | 50 |
| Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir Responden | 50 |
| Tabel 4. 5 Pendapatan Per Bulan Responden | 51 |
| Tabel 4. 6 Pengeluaran per Bulan Responden | 51 |
| Tabel 4. 7 Frekuensi Penggunaan Tiktok dalam Sehari | 51 |
| Tabel 4. 8 Frekuensi Pembelian online di Tokopedia | 52 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas | 53 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas | 54 |
| Tabel 4. 11 Hasil Statistik Deskriptif Brand Ambassador | 55 |
| Tabel 4. 12 Hasil Statistik Deskriptif Pemasaran Media Sosial | 55 |
| Tabel 4. 13 Hasil Statistik Deskriptif Kepercayaan Merek | 56 |
| Tabel 4. 14 Hasil Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan | 56 |
| Tabel 4. 15 Degree of Freedom | 59 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas | 60 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Outliers | 62 |
| Tabel 4. 18 Data Bebas Outliers | 63 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinieritas dan Singularity | 64 |
| Tabel 4. 20 Goodness of fit | 64 |
| Tabel 4. 21 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung | 66 |
| Tabel 4. 22 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung | 69 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----------|
| Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia..... | 9 |
| Gambar 1. 2 <i>E-commerce</i> dengan Pengunjung Tertinggi di Indonesia | 9 |
| Gambar 2. 1 Model Penelitian..... | 32 |
| Gambar 4. 1 Tampilan <i>Website</i> Tokopedia | 47 |
| Gambar 4. 2 Logo Tokopedia..... | 48 |
| Gambar 4. 3 Diagram Jalur | 57 |
| Gambar 4. 4 Persamaan Struktural..... | 58 |
| Gambar 4. 5 Batas <i>Outlier</i> | 62 |
| Gambar 4. 6 Gambar Pengaruh Antar Variabel..... | 65 |