

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN ONLINE CUSTOMER
REVIEW TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
ERIGO PADA MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AND ONLINE CUSTOMER
REVIEWS ON BRAND IMAGE AND PURCHASING DECISIONS FOR
ERIGO IN THE SHOPEE MARKETPLACE
(Study on Shopee Marketplace Users in Yogyakarta)***



Oleh

Muh Fahmi Rasyidin H

20190410273

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

2024

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ERIGO
PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Pada Pengguna *Marketplace* Shopee di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AND ONLINE CUSTOMER
REVIEWS ON BRAND IMAGE AND PURCHASING DECISIONS FOR
ERIGO IN THE SHOPEE MARKETPLACE*
(Study on *Shopee Marketplace* Users in Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
Muh Fahmi Rasyidin H
20190410273

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

2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muh Fahmi Rasyidin H

Nomor Masiswa : 20190410273

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *BRAND* *AMBASSADOR* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ERIGO PADA *MARKETPLACE SHOPEE* (Studi Pada Pengguna *Marketplace* Shopee di Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya, atau pendapat yang ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali yang ditulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau disebutkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 24 Juni 2024



Muh Fahmi Rasyidin H
NIM. 20190410273

MOTTO

“Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman dan orang-orang yang
berilmu di antara kamu sekalian.”

(Q.s. Al-Mujadilah : 11)

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu akan ada kemudahan. Maka apabila kamu
telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan
yang lain).”

(Q.s. Al-Insyirah : 6-7)

“Jika seseorang mencari ilmu, maka itu akan tampak di wajah, tangan dan
lidahnya serta dalam kerendahan hatinya kepada Allah.”

(Hasan al-Bashri)

“Pendidikan adalah bekal terbaik untuk perjalanan hidup.”

(Aristoteles)

“Untuk menjadi orang yang hebat diperlukan pengalaman yang menyakitkan”

(Deddy Corbuzier)

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat yang tak terhitung kepada diri saya, serta kelancara dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Farid Hilmi dan Ibu Maya Sinthia Dewayani yang tiada henti selalu mendoakan, memberi nasihat, serta mendukung saya baik moril maupun materil sehingga saya bisa mencapai titik ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, umur panjang dan melindungi bapak dan ibu saya agar saya dapat membalas budi seluruh kebaikan dan pengorbanan yang telah diberikan kepada saya sampai saat ini. Semoga anakmu dapat membanggakan dan membahagiakan bapak dan ibu.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi saya yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini mulai dari awal hingga akhir ditengah kesibukan mengajar.
4. Terimakasih kepada Farah Diba Azzahra yang membantu dan menemani saya untuk mengerjakan skripsi mulai dari awal hingga akhir, serta selalu mendukung, memberikan motivasi dan menjadi penyemangat hidup saya.
5. Kepada seluruh dosen Manajemen UMY yang telah memberikan pelajaran dan ilmu yang bermanfaat selama di perkuliahan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, kampus muda mendunia. Terimakasih sudah menjadi tempat untuk berproses dan mencari ilmu.

7. Teman-teman semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
Terimakasih sudah memberikan support dan mendoakan untuk kelancaran skripsi saya.

KATA PENGANTAR

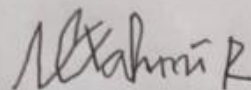
Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ERIGO PADA *MARKETPLACE SHOPEE* (Studi Pada Pengguna *Marketplace Shopee* di Yogyakarta)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini harapannya dapat memberikan manfaat dan masukan untuk pihak yang berhubungan dengan penelitian ini.**

Penyelesaian skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik apabila tidak ada bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., CA., Akt. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr, Rr. Sri Handari W, SE., M.Si selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., MM. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah senantiasa memberikan ilmu, bimbingan, serta motivasi kepada penulis dalam merampungkan skripsi ini.
4. Serta kepada teman-teman serta pihak-pihak yang berkenan membantu menyebarkan kuesioner penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Dengan demikian, kritik dan saran sangat diperlukan untuk pengembangan karya tulis dengan topik ini dalam penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 24 Juni 2024



Muh Fahmi Rasyidin H

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iv
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori	10
B. Kajian Teori.....	10
1. Brand Ambassador	10
2. <i>Online Customer Review</i>	12
3. Citra Merek	13
4. Keputusan Pembelian	14
C. Penelitian Terdahulu	15
D. Pengembangan Hipotesis.....	20
1. Pengaruh <i>brand ambassador</i> terhadap citra merek Erigo pada <i>marketplace</i> Shopee	20
2. Pengaruh <i>online customer review</i> terhadap citra merek Erigo pada <i>marketplace</i> Shopee	21
3. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Erigo pada <i>marketplace</i> Shopee	22
4. Pengaruh <i>brand ambassador</i> terhadap keputusan pembelian Erigo pada <i>marketplace</i> Shopee	23
5. Pengaruh <i>online customer review</i> terhadap keputusan pembelian Erigo pada <i>marketplace</i> Shopee	24

6.	Pengaruh <i>brand ambassador</i> terhadap terhadap keputusan pembelian Erigo pada <i>marketplace</i> Shopee yang dimediasi oleh citra merek	26
7.	Pengaruh <i>online customer review</i> terhadap keputusan pembelian Erigo pada <i>marketplace</i> Shopee yang dimediasi oleh citra merek	27
E.	Model Penelitian.....	28
BAB III	METODE PENELITIAN	30
A.	Subjek dan Objek Penelitian	30
B.	Jenis Data.....	30
C.	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	30
D.	Teknik Pengumpulan Data	32
E.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
F.	Pengujian Instrumen Penelitian	35
1.	Uji Validitas.....	35
2.	Uji Reliabilitas	35
G.	Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	40
B.	Deskripsi Data Responden	42
C.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	46
D.	Uji Kualitas Instrumen.....	50
E.	Hasil Penelitian dan Uji Hipotesis	53
F.	Pembahasan.....	66
BAB V	SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	73
A.	Simpulan	73
B.	Keterbatasan Penelitian	74
C.	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Table 1.1 <i>Marketplace</i> Terbesar di Indonesia Tahun 2022.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Penilaian Kuesioner (Skala Likert)	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	44
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
Tabel 4.6 Penilaian Indeks	46
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Brand Ambassador</i>	47
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>Online Costumer Review</i>	48
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Citra Merek.....	49
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Dengan CFA	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.13 Perhitungan <i>Diagram Of Freedom</i>	56
Tabel 4.14 Hasil <i>Output Uji Outlier</i>	57
Tabel 4.15 Hasil <i>Output Uji Outliers</i> Setelah Eliminasi.....	58
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	59
Tabel 4.17 <i>Output Regression Weights</i>	61
Tabel 4.18 <i>Output Standardized Direct Effects</i>	64
Tabel 4.19 <i>Output Standardized Indirect Effects</i>	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Produk Sering Dibeli	1
Gambar 1.2 Poster Raffi Ahmad Pada <i>Marketplace</i> Shopee	3
Gambar 2.2 Model Penelitian	28
Gambar 4.1 Rekor Penjualan Erigo di Shopee Live	41
Gambar 4.2 Diagram Jalur	54
Gambar 4.3 Pemodelan <i>Structural Equation Modelling</i>	54
Gambar 4.4 <i>Output</i> Permodelan SEM	59