

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*,
PROMOSI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
SISTEM APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TIKTOKSHOP**
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen
FEB di Universitas Merdeka Malang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen



Disusun Oleh:

Imanuella Jayanti Ratih Andani
19022000246

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

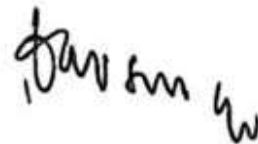
Nama : Imanuella Jayanti Ratih Andani
Nomor Pokok : 19022000246
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : "Pengaruh *Brand Ambassador*, Promosi dan Kemudahan Penggunaan Sistem Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop"

Malang, 21 Februari 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing,



M. NUR SINGGIH, SE., MM.

M. NUR SINGGIH, SE., MM.



Dr. Rudy Wahyono., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH BRAND AMBASSADOR, PROMOSI DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN SISTEM APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TIKTOKSHOP
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen
FEB di Universitas Merdeka Malang)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

IMANUELLA JAYANTI RATIH ANDANI

19022000246

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 08 Februari 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



M. NUR SINGGIH, SE., MM.

Sekretaris Penguji



Drs. NIRWANA, MM.

Anggota Penguji



Dr. Drs. PUDJO SUGITO, M.B.A.

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 08 Februari 2023,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



Dr. Rudy Wahyono., M.Si

SURAT IJIN PENELITIAN



UNIVERSITAS MERDEKA MALANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Homepage : <http://feb.unmer.ac.id> e-mail: feb@unmer.ac.id

STATUS : SEMUA PROGRAM STUDI TERAKREDITASI

PROGRAM STUDI S-1 EKONOMI PEMBANGUNAN

PROGRAM D-III PERBANKAN & KEUANGAN

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

PROGRAM D-III AKUNTANSI

PROGRAM STUDI S-1 AKUNTANSI

Kampus : Jl. Terusan Raya Dieng No. 62-64 Tlp. (0341) 561448 Fax. (0341) 561448 Malang 65146

Nomor : B- 518/FEB/UM/X/2022

Malang, 31 Oktober 2022

Lampiran : -

Hal : *Permohonan Ijin Penelitian Untuk
Penyusunan Skripsi*

Kepada : Yth. Rektor
C.q. Wakil Rektor I
Universitas Merdeka Malang
Jl. Terusan Dieng No. 62-64 Klojen, Pisang Candi, Kec. Sukun
Di-
Malang, Jawa Timur

Dalam rangka menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang, para mahasiswa diwajibkan menyusun skripsi dari bidangnya masing-masing.

Untuk penyusunan tersebut, maka dengan ini kami mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan Bapak/ Ibu agar dapatnya mengijinkan mahasiswa kami :

Nama : Imanuella Jayanti Ratih Andani
NIM : 19022000246
Semester : VII/2022
Jurusan : Manajemen

Untuk mengadakan penelitian guna mendapatkan data-data yang diperlukan dari :

Bidang : Pemasaran
Topik : Pengaruh Brand Ambassador, Promosi Dan Kemudahan
Penggunaan Sistem Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada
Tiktok Shop
Dosen Pembimbing : M. Nur Singgih, SE., MM.

Kerahasiaan data akan dipegang teguh dan hanya khusus digunakan untuk kepentingan ilmiah. Berkaitan dengan permohonan tersebut, kami berharap Bapak/ Ibu berkenan memberikan surat balasan persetujuan kepada kami.

Demikian atas bantuan dan kesediaan Bapak/ Ibu, kami ucapkan terima kasih.

A.n. Dekan,
Wakil Dekan I

Dr. Retna Safriliana, SE. M.Si., Ak., CA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : IMANUELLA JAYANTI RATIH ANDANI
NIM : 19022000246
Program Studi : S1 MANAJEMEN
Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador*, Promosi dan Kemudahan Penggunaan Sistem Aplikasi pada TikTok Shop (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Merdeka Malang)
Lokasi yang Diteliti : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
Alamat Rumah Asli : Dusun Wonosari RT 003 RW 006 Desa Rejoagung Kec. Semboro Kab. Jember
No. Telp : 082131682715

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Malang, 24 Januari 2023

Peneliti,



IMANUELLA JAYANTI RATIH ANDANI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Imanuella Jayanti Ratih Andani

Nomor Pokok : 19022000246

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi : S1 MANAJEMEN

Tempat Dan Tanggal Lahir : Jember, 27 Juni 2001

Alamat : Dusun Wonosari RT 003 RW 006 Desa
Rejoagung Kec. Semboro Kab. Jember

Nama Orang Tua (Ayah) : Alm. Edy Priyono

(Ibu) : Setriani

Riwayat Pendidikan :

2007 – 2013 : SDN Rejoagung

2013 – 2016 : SMP Negeri 1 Semboro

2016 – 2019 : SMA Negeri 1 Tanggul

2019 – 2022 : Diploma 3 English Program UNMER Malang

2019 – 2023 : S1 Manajemen UNMER Malang

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang telah melimpahkan berkat dan kuasaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador*, Promosi dan Kemudahan Penggunaan Sistem Aplikasi pada TikTok Shop”.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen di Universitas Merdeka Malang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapat bimbingan, dorongan dan bantuan yang sangat luar biasa. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Dr. Rudy Wahyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Mohamad Nur Singgih, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang juga pembimbing skripsi yang sangat saya hormati dan saya sayangi.
3. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan pelajaran yang berharga bagi peneliti.
4. Kepada Kedua Orang tua saya, saya bersyukur telah memiliki ibu yang luar biasa dalam mendidik dan selalu berdoa untuk penulis, terimakasih untuk alm Bapak yang sudah mengajari penulis untuk terus berjuang dan terimakasih juga buat ayah Budi.
5. Untuk kakak tersayang terimakasih sudah menjadi kakak yang luar biasa untuk penulis karena selalu memberikan semangat juga doa tanpa henti.
6. Teruntuk para sahabat, terimakasih selalu ada untuk penulis. Caca, Cece, Kristin, Ketryn, Alvy dan Iqbal. Tanpa kalian semua penulis takkan sampai pada tahap ini, penulis sangat beryukur memiliki sahabat seperti kalian.
7. Teruntuk Kadek terimakasih sudah menemani penulis sampai tahap ini. Mari terus berjalan bersama hingga pada tahap akhir kita menutup mata.

8. Terimakasih untuk semua teman- teman seperjuangan angkatan 2019 S1 Manajemen yang selalu membawa semangat dalam menyelesaikan skripsi dan dapat melaksanakan Wisuda, semoga kita semua sukses.

Semoga Tuhan Yesus Kristus senantiasa melimpahkan berkat dan kemurahanNya. Begitupun dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan yang masih harus diperbaiki baik materi maupun susunannya, Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak guna melengkapi kekurangan skripsi ini.

Malang, 30 Januari 2023

Penulis

Imanuella Jayanti Ratih Andani

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT IJIN PENELITIAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Keputusan Pembelian	9
B. Brand Ambassador.....	13
C. Promosi	16
D. Kemudahan Penggunaan Sistem	18
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Definisi Operasional Variabel.....	24
B. Lingkup Penelitian.....	25
C. Lokasi Penelitian.....	26
D. Populasi dan Sample	26
E. Sumber Data dan Jenis Data	27
F. Teknik Pengumpulan Data.....	27
G. Instrumen Pertanyaan dan Daftar Pertanyaan	28
H. Teknik Analisis Data	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	34
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	34
B. Deskripsi Responden	35
C. Analisis hasil Penelitian	36
D. Pembahasan	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	59
C. Keterbatasan Penelitian.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2 Skala Likert.....	22
Tabel 3 Karakteristik responden menurut jenis kelamin	28
Tabel 4 Karakteristik responden menurut usia	29
Tabel 5 Ringkasan Hasil Test validitas Kuesioner	30
Tabel 6 Nilai Alpha Cronbach masing-masing variabel	31
Tabel 7 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand ambassador</i> (X1)	32
Tabel 8 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi (X2)	36
Tabel 9 Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan Penggunaan Sistem Aplikasi (X3)	37
Tabel 10 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	40
Tabel 11 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	44
Tabel 12 Uji F ANOVA ^a	46
Tabel 13 Uji t Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel}	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Pengguna TikTok global	18
Gambar 2 Pengguna Aktif TikTok Terbesar di Dunia	20
Gambar 3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan	64
Lampiran 2. Tabulasi Data	66
Lampiran 3. Output SPSS	74
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi	83
Lampiran 5. Berita Acara Perbaikan Skripsi	84

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Brand Ambassador*, Promosi dan Kemudahan Penggunaan Sistem Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop. Populasi penelitian meliputi seluruh Mahasiswa aktif tahun 2019- 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang. Teknik pengambilan sample menggunakan *Accidental sampling* dan data penelitian ini diperoleh responden sebanyak 80 responden. Dalam penelitian ini data diolah menggunakan program *Statistical Product and Services Solutions (SPSS)* 26 version. Hasil penelitian linier berganda menunjukkan *Brand ambassador* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop, Promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop, Kemudahan Penggunaan Sistem Aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, Promosi, Kemudahan Penggunaan Sistem Aplikasi, Keputusan Pembelian, Tiktok Shop.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Brand Ambassador, Promotion and ease of Use of the Application System on the Purchase Decision of the TikTok Shop. The population of this study were all active students of the Faculty of Economics and Business, Merdeka University, Malang for 2019-2020. The sampling technique used accidental sampling and research data obtained by 80 respondents. In this study, the data was processed using the 26 version of the Statistical Product and Services Solutions (SPSS) program. The results of the multiple linear research show that Brand ambassador has a positive but not significant effect on Purchase Decisions at the TikTok Shop, Promotions have a positive but not significant effect on Purchase Decisions at the TikTok Shop, Ease of Use of the Application System has a positive and significant effect on Purchase Decisions at the TikTok Shop.

Keywords: Brand Ambassador, Promotion, Ease of Use of the Application System, Purchase Decision, Tiktok Shop.