

**PENGARUH *BRAND* AMBASSADOR DAN TAGLINE “GRATIS  
ONGKIR” SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH  
MAHASISWA MANAJEMEN STIE MALANGKUÇEÇWARA MALANG**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*



**Disusun Oleh :**

**VERLINA**

**Nomor Pokok : K.2017.1.34190**

**Jurusan : Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2021**

**PENGARUH *BRAND* AMBASSADOR DAN TAGLINE “GRATIS  
ONGKIR” SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH  
MAHASISWA MANAJEMEN STIE MALANGKUÇEÇWARA MALANG**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*



Oleh :

**VERLINA**

K.2017.1.34190

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2021

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN TAGLINE “*GRATIS ONGKIR*” SHOPEE TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH MAHASISWA MANAJEMEN STIE MALANGKUCECWARA MALANG

Oleh:  
VERLINA  
K.2017.1.34190

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:  
02 Maret 2021 dan dinyatakan LULUS



Menyetujui,  
Dosen Pembimbing,

td

Dr.NUNUNG-NURASTUTI UTAMI, SE., M.Si

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkecwara,

Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 24 Februari 2021



NPK: K.2017.1.34190

## SURAT RISET (BUKTI PENELITIAN)



Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 3233/SK/BAN-PT/Akred/S/XXI/2019  
Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 2812/SK/BAN-PT/Akred/S/XX/2018



**STIE MALANGKUÇEWARA**  
ABM School of Economics

### SURAT KETERANGAN

Nomor: 0138.5/BAAK/II/2021

Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçewara Malang menerangkan bahwa:

Nama : VERLINA  
NPK : K.2017.34190  
Program Studi : Manajemen  
Alamat : Jalan Singorejo, Ketindan, Lawang, Kab. Malang  
No HP : 085738521535  
E-mail : Verlinaa6@gmail.com

Adalah mahasiswa STIE Malangkuçewara yang telah mengadakan riset dengan data diambil dari: Perusahaan Shopee

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

**"PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN TAGLINE "GRATIS ONGKIR" SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH MAHASISWA MANAJEMEN STIE MALANGKUÇEWARA MALANG"**

Dosen pembimbing: Dr. Nunung Nurastuti Utami, SE., M.Si.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 11 Februari 2021

Ketua Program Studi Manajemen



Dra. Indananty, M.M.

021.202.710.194

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua STIE Malangkuçeçwara
2. Ketua Program Studi
3. Dosen Pembimbing
4. Pimpinan perusahaan tempat penelitian dilakukan

Rekan-rekan penulis dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan untuk ikut berperan serta dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini. Sujud dan terima kasih yang dalam penulis sampaikan kepada ayah bunda tercinta, atas dorongan yang kuat serta kebijaksanaan dan doa yang tiada putus-putusnya dipanjatkan kehadiran Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan studi. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Kak Eja, Kak Bryan, Fathur, Zahrotul dan Puput yang banyak membantu dan telah menjadi suporter penulis selama mengerjakan penelitian ini.

Malang, 24 Februari 2021

Penulis,

Verlina

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand* ambassador dan tagline “gratis ongkir” shopee terhadap keputusan pembelian mahasiswa manajemen STIE Malangkececwara Malang. Populasi dan sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif manajemen STIE Malangkececwara Malang angkatan 2017. Metode pengambilan sampel menggunakan rumus slovin, dengan hasil 122 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan uji F dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand ambassador* dan *tagline* “gratis ongkir” shopee *secara* simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai  $R^2$  sebesar 0,517. Hal ini berarti 51,7% variasi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *brand ambassador* dan *tagline* “gratis ongkir” shopee sedangkan sisanya sebesar 48,3% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** *Brand Ambassador*, *Tagline* “Gratis Ongkir” Shopee, Mahasiswa Manajemen STIE Malangkececwara Malang.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the influence of brand ambassadors and shopee "free shipping" tagline on purchasing decisions of management students of STIE Malangkuçeçwara Malang. The population and sample of this study were active management students of STIE Malangkuçecwara Malang class 2017. The sampling method used the Slovin formula, with the results of 122 people. The data analysis used is multiple linear regression analysis, using the F test and the coefficient of determination (R<sup>2</sup>).*

*The results showed that the variable brand ambassador and shopee tagline "free shipping" simultaneously had a significant effect on the decision. Meanwhile, the coefficient of determination test results obtained R<sup>2</sup> value of 0.517. This means that 51.7% of the variation in purchasing decision variables can be explained by the brand ambassador variable and shopee's tagline "free shipping" while the remaining 48.3% is explained by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *Brand Ambassador, Shopee "Free Shipping" Tagline, Management Student STIE Malangkuçeçwara Malang.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT RISET (BUKTI PENELITIAN)</b> .....	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Pengaruh .....	6
2.1.2 <i>Brand Ambassador</i> .....	6
2.1.3 <i>Tagline</i> .....	8
2.1.4 <i>Tagline</i> “Gratis Ongkir” Shopee .....	11
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.6 Mahasiswa.....	14
2.2 Tinjauan Peneliti Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>18</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Populasi dan Sampel .....	18
3.2.1 Populasi.....	18
3.2.2 Sampel.....	18
3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran .....	20
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4.1 Skala Pengumpulan Data .....	22
3.4.2 Teknik Pengujian Data.....	23
3.5 Metode Analisis .....	24
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	24
3.5.2 Uji Regresi Linier Berganda .....	25
3.5.3 Uji Hipotesis .....	26

3.5.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	28
4.1.1 Gambaran Umum STIE Malangkuçeçwara Malang.....	28
4.1.2 Azas, Visi, dan Misi.....	28
4.1.3 Tujuan Akademika .....	29
4.1.4 Kebijakan Mutu .....	29
4.1.5 Visi Program Studi.....	29
4.1.6 Misi Program Studi .....	29
4.1.7 Lambang .....	30
4.1.8 Unsur – unsur Organisasi.....	31
4.1.9 Prestasi Akademik .....	31
4.1.10 Deskripsi Data Responden.....	32
4.1.10.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
4.1.10.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan .....	33
4.1.10.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan Shopee .....	33
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	34
4.2.1 Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	34
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Tagline</i> “Gratis Ongkir” Shopee .....	35
4.2.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	36
4.3 Pengujian Asumsi Model.....	37
4.3.1 Uji Normalitas.....	37
4.3.2 Uji Multikolinieritas.....	38
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	39
4.3.4 Uji Autokolerasi.....	40
4.4 Pengujian Model dan Hipotesis .....	40
4.4.1 Uji Regresi Linier Berganda .....	40
4.4.2 Uji Simultan (Uji F) .....	41
4.4.3 Koefisien Determinan (Uji Model $R^2$ ).....	42
4.5 Pembahasan.....	44
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>45</b>
5.1 Simpulan .....	45
5.2 Kontribusi Penelitian .....	45
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	45
5.4 Saran .....	46
 DAFTAR PUSTAKA.....	 47

## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian terdahulu .....	15
3.1 Operasionalisasi Variabel .....	21
4.1 Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	34
4.2 Deskripsi Variabel <i>Tagline</i> “Gratis Ongkir” Shopee.....	35
4.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	36
4.4 Uji Normalitas.....	37
4.5 Uji Multikolinieritas.....	38
4.6 Uji Autokolerasi.....	40
4.7 Uji Regresi Linier Berganda .....	41
4.8 Uji Hipotesis (Uji F) .....	42
4.9 Koefisien Determinan .....	43

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Jumlah Pengunjung Top 10 E-Commerce Indonesia.....	3
2.1 <i>Tagline</i> Shopee.....	12
2.2 Ilustrasi Kerangka Konseptual Penelitian.....	17
4.1 Lambang .....	30
4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan.....	33
4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan Shopee .....	33
4.5 Gambar P-Plot.....	38
4.6 Uji Heteroskedastisitas.....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran-1 Bukti Bimbingan .....	49
Lampiran-2 Kuesioner .....	50
Lampiran-3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52
Lampiran-4 Uji Asumsi Klasik .....	56
Lampiran-5 Uji Hipotesis .....	59
Lampiran-5 Data Responden .....	60