

**PENGARUH TESTIMONI DI E-COMMERCE SHOPEE DAN
KINERJA BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN**

PEMBELIAN SKINCARE SCARLETT WHITENING

Oleh:

Nama : Recky Alfredo Dinata

NIM : 23199080

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MEI 2023

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN
PENGARUH TESTIMONI DI E-COMMERCE SHOPEE DAN KINERJA BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE
SCARLETT WHITENING

Diajukan Oleh :

Nama : Recky Alfredo Dinata

NIM : 23199080

Jakarta, 2 Mei 2023

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA, Mei 2023



ABSTRAK

Recky Alfredo Dinata / 23199080 / 2023 / Pengaruh Testimoni di E-Commerce Shopee dan Kinerja Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening / Pembimbing: Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M.,.

Teknologi yang sudah berkembang dan bertumbuh di zaman sekarang telah mengubah pola kehidupan manusia. Melalui perkembangan teknologi ini juga mengakibatkan adanya perubahan pola perilaku berbelanja dari langsung secara offline toko menjadi online. Salah satunya produk skincare scarlett whitening yang di jual di e-commerce shopee . Untuk terus dapat bersaing dengan produk skincare lainnya , faktor-faktor seperti testimoni dan kinerja *brand ambassador* dianggap sebagai hal yang penting untuk menentukan keputusan pembelian konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Testimoni di E-Commerce Shopee dan Kinerja *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Scarlett Whitening*.

Menurut Kotler dan Amstrong (2018 : 177) keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai. Menurut Aripin (2021:106) Testimoni merupakan komentar-komentar pelanggan lainnya yang bedasarkan pengalaman yang sangat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen lainnya. Menurut Anang Firmansyah (2019:137) *Brand ambassador* ialah individu yang memiliki ketertarikan terhadap merek dan memperkenalkan merek serta memberikan informasi tentang merek tersebut kepada konsumennya agar membeli atau menggunakan produk tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang menggunakan *skincare scarlett whitening* dalam waktu 3 bulan melalui *Google Form*. Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner di analisis dengan uji deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda kemudian diolah menggunakan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kinerja *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dan saran dari penelitian ini adalah hipotesis pertama dan kedua diterima karena testimoni dan kinerja *brand ambassador* telah terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjangkau responden lebih banyak dan menambahkan variabel lain

Kata Kunci: Testimoni, Kinerja *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Recky Alfredo Dinata / 23199080 / 2023 / The Influence of Testimonials in E-Commerce Shopee and Brand Ambassador Performance on the Decision to Purchase Skincare Scarlett Whitening / Supervisor: Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M.,.

Technology that has developed and grown today has changed the pattern of human life. This technological development has also resulted in a change in shopping behavior patterns from direct offline stores to online. One of them is the skincare scarlett whitening product that is sold at e-commerce shopee. To continue to be able to compete with other skincare products, factors, such as testimonials and brand ambassador performance are considered important in determining consumer purchasing decisions. Therefore it is necessary to do this research to determine the effect of testimonials on E-Commerce Shopee and the performance of brand ambassadors on purchasing decisions for Scarlett Whitening Skincare.

The variables in this study are divided into two types, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are the testimonials and performance of brand ambassadors while the dependent variable in this study is the purchase decision.

This research was conducted by distributing questionnaires to customers who use skincare scarlett whitening within 3 months via the Google Form. The data obtained from the results of distributing the questionnaires were analyzed using descriptive tests, validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression tests and then processed using the SPSS version 25 program.

The results of this study indicate that testimonials have a positive and significant effect on purchasing decisions and the performance of brand ambassadors has a positive and significant effect on purchasing decisions.

The conclusions and suggestions from this study are that the first and second hypotheses are accepted because the testimonials and performance of brand ambassadors have been shown to have a positive influence on purchasing decisions. Future researchers are expected to reach more respondents and add other variables

Keywords: Testimonials, Brand Ambassador Performance, Purchasing Decisions



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat kuasa-Nya yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi ini guna memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kwik Kian Gie. Peneliti sadar bahwa dalam Menyusun skripsi tentu saja peneliti menemukan berbagai kesulitan dan hambatan. Pada usaha penyusunan skripsi, penulis sudah mendapatkan banyak bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga dapat menyelesaikan skripsi dalam tepat waktu.

Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, perhatian, waktu, tenaga, dan masukan kepada penulis selama menyusun skripsi.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang sudah mendidik dan membagi ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan berlangsung.
3. Keluarga penulis yang memberikan dorongan selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
4. Para responden yang telah membantu dan menyisihkan waktunya untuk memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.



Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Demikian yang dapat peneliti sampaikan. Peneliti sadar bahwa skripsi ini belum sempurna.

Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan masukan yang mendorong peneliti guna menyempurnakan skripsi ini. Di akhir kata, penulis berharap skripsi ini bisa menjadi acuan untuk penelitian lainnya dan berguna bagi pembaca maupun pihak lainnya.

Jakarta, Mei 2023

Peneliti

Recky Alfredo dinata

Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Batasan Penelitian.....	8
E. Rumusan Masalah.....	8
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu	22





C.	Kerangka Penelitian.....	26
1.	Pengaruh testimoni terhadap keputusan pembelian.....	26
2.	Pengaruh kinerja brand ambassador terhadap keputusan pembelian.....	27
D.	Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
A.	Objek Penelitian.....	29
B.	Desain Penelitian	29
C.	Variabel Penelitian.....	31
D.	Teknik Sampling.....	34
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
F.	Teknik Analisis Data.....	35
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
2.	Uji Statistik Deskriptif.....	36
3.	Uji Regresi Linear Berganda.....	38
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		42
A.	Gambaran umum objek penelitian.....	42
B.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
C.	Hasil Penelitian.....	47
1.	Analisis Deskriptif.....	47
2.	Uji Regresi Linear Berganda.....	53
D.	Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		59

© Hak cipta milik ISI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

	Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	22
	Tabel 1 Tabel Operasional Variabel	32
	Tabel 2 Skala Likert	35
	Tabel 3 Rentang Skala.....	38
	Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Testimoni (X1).....	44
	Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Brand Ambassador.....	45
	Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	46
	Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	47
	Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Testimoni (X1).....	48
	Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kinerja Brand Ambassador (X2).....	49
	Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
	Tabel 4.8 Hasil Analisis Responden Jenis Kelamin	51
	Tabel 4.9 Hasil Analisis Responden Usia	51
	Tabel 4.10 Hasil Analisis Responden Pekerjaan	52
	Tabel 4.11 Hasil Uji Uji Normalitas	54
	Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas	54
	Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
	Tabel 4.14 Hasil Uji Kesesuaian Model.....	56
	Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial.....	56



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	kategore produk terlaris di shopee.....	2
Gambar 1.2	Top Skincare Terlaris 2021	3
Gambar 1.3	Testimoni Scarlett Whitening di Shopee	4
Gambar 1.4	Soong Jong Ki Sebagai Brand Ambassador Scarlett Whitening	6
Gambar 2.1	Tahapan Keputusan Pembelian	11
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1	Logo Scarlett Whitening	42
Gambar 4.2	Produk Scarlett Whitening	43

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 2 Data Responden Kuesioner	66
Lampiran 3 Hasil Penelitian	73

Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

