

**PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, ONLINE CUSTOMER REVIEW,
DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DIKALANGAN REMAJA DI
JAKARTA**

TUGAS AKHIR



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA SELATAN**

2023

**PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE
TOKOPEDIA DIKALANGAN REMAJA DI JAKARTA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Universitas Nasional

Oleh:

DENA ANDRIYANI

193402516364

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA SELATAN

2023

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

**PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, ONLINE CUSTOMER REVIEW,
DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DIKALANGAN REMAJA DI
JAKARTA**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis

Jakarta,



DENA ANDRIYANI
NPM : 193402516364

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DIKALANGAN REMAJA DI JAKARTA

Nama Mahasiswa : DENA ANDRIYANI

Nomor Pokok : 193402516364

Program Studi : MANAJEMEN



Jakarta:

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DIKALANGAN REMAJA DI JAKARTA

Nama Mahasiswa : DENA ANDRIYANI

Nomor Pokok : 193402516364

Program Studi : MANAJEMEN



Jakarta,

2023

Tanggal Lulus

2023

ABSTRAK

PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DIKALANGAN REMAJA DI JAKARTA

Oleh : Dena Andriyani

NPM : 193402516364

Tugas akhir dibawah bimbingan Dr. Elwisam, S.E, M.M.

Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik promosi, *online customer review*, dan *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen pada *E-Commerce* Tokopedia dikalangan remaja di Jakarta. Hasil penelitian ini dengan menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner kepada 100 responden, menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel daya tarik promosi, sedangkan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *online customer review* dan *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen pada *E-Commerce* Tokopedia dikalangan remaja di Jakarta.

Kata Kunci: daya tarik promosi, *online customer review*, *brand ambassador*, minat beli

ABSTRACT

THE EFFECT OF PROMOTION ATTRACTION, ONLINE CUSTOMER REVIEW, AND BRAND AMBASSADOR ON CONSUMER BUYING INTEREST IN TOKOPEDIA E-COMMERCE AMONG YOUTH IN JAKARTA

By:

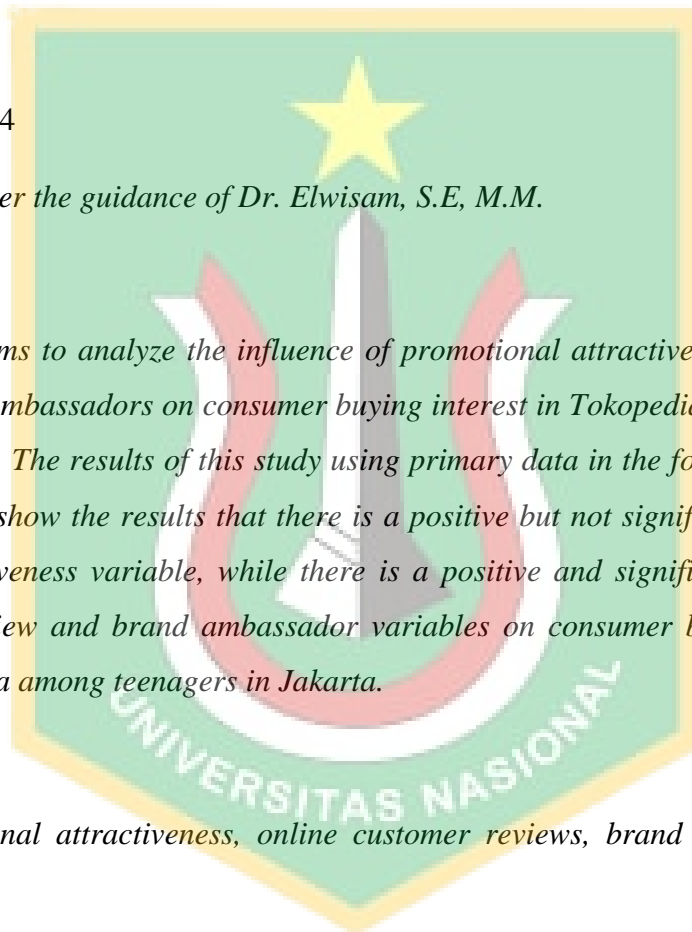
Dena Andriyani

NPM : 193402516364

The final project under the guidance of Dr. Elwisam, S.E, M.M.

This study aims to analyze the influence of promotional attractiveness, online customer reviews, and brand ambassadors on consumer buying interest in Tokopedia E-Commerce among teenagers in Jakarta. The results of this study using primary data in the form of a questionnaire to 100 respondents, show the results that there is a positive but not significant influence on the promotional attractiveness variable, while there is a positive and significant influence on the online customer review and brand ambassador variables on consumer buying interest at E - Commerce Tokopedia among teenagers in Jakarta.

Keywords: promotional attractiveness, online customer reviews, brand ambassadors, buying interest



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rezeki, rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik Promosi, Online Customer Review, dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia Dikalangan Remaja di Jakarta”**. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata 1 (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.M). penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini terdapat kesalahan dan kekurangan, akan tetapi segala usaha telah dilakukan agar dapat bermanfaat bagi semua.

Penulis menyadari selama berlangsungnya penelitian, penyusunan sampai penyelesaian penelitian ini tentu tidak lepas dari bantuan serta bimbingan berbagai pihak, oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Elwisam. S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Penulis yang telah bersedia meluangkan waktunya serta memberikan arahan dan bimbingan semaksimal mungkin kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Terutama terima kasih kepada kedua orang tua penulis Bapak Anin Suhendi dan Ibu Nunung Sopiah yang telah memberikan doa dan dukungannya kepada penulis secara moril maupun material dan telah menjadi orang tua yang hebat, tentu hal itu takkan bisa penulis balas.
7. Terima kasih untuk saudara kandung penulis Sandra Prapasta Sopian dan Lena Lestiana yang telah memberikan doa dan dukungannya secara material dan menjadi saudara yang baik dalam memberi pendapatnya.

8. Terima kasih untuk Muhammad Ilham Fajri yang telah membantu secara moril maupun material dan memberikan motivasi serta doanya dalam proses mengerjakan skripsi ini.
9. Terima kasih untuk sahabat-sahabat penulis Shaumi Hayati Radinda dan Aisah Rizkian Ziah yang telah membantu dan memberikan motivasi serta saran untuk penulis dalam proses mengerjakan skripsi ini.
10. Terima kasih untuk teman-teman kuliah penulis Setiani Putri Utomo, Sindy Dian Sari, dan Chaerillya yang telah memberikan saran serta pendapat dan memberikan dukungannya satu sama lain.
11. Terima kasih untuk responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penulisan skripsi ini.
12. Dengan segala kerendahan hati penulis dan tanpa peran serta semua pihak di atas, skripsi ini tidak akan terwujud, semoga Allah SWT. Melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Akhir kata, penulis mengucapkan maaf yang sebesar-besarnya apabila skripsi ini terdapat kesalahan maupun kekurangan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang bersangkutan, khususnya bagi penulis dan para pembaca.



DAFTAR ISI

LEMBAR`PERNYATAAN	i
LEMBAR`PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Manajemen Pemasaran	7
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2. Peran Manajemen Pemasaran	7
3. Fungsi Manajemen pemasaran	8
4. Tujuan Manajemen Pemasaran	8
5. Minat beli	9

6. Daya Tarik Promosi	12
7. Online Customer Review	16
8. Brans Ambassador	18
B. Keterkaitan antar Variabel penelitian	20
1. Pengaruh Daya Tarik Promosi terhadap Minat Beli	20
2. Pengaruh Online Customer Review terhadap Minat Beli	21
3. Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli	22
C. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	22
D. Kerangka Analisis	25
E. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Objek Penelitian	27
B. Jenis Penelitian	27
C. Definisi Operasional Variabel	29
D. Metode Analisis dan pengujian Hipotesis	30
1. Metode Analisis Deskriptif	30
2. Metode Analisis Inferensial	30
3. Uji Instrumen Penelitian	31
4. Uji Asumsi Klasik	32
5. Uji Kelayakan Model	33
6. Pengujian Hipotesis (Uji t)	34
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Hasil Penelitian	35
1. Deskripsi data penelitian	35
2. Karakteristik Responden	36
3. Hasil Lengkap Penelitian	42
B. Pembahasan	55
1. Pengaruh Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Dikalangan Remaja di Jakarta	55

2. Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Dikalangan Remaja di Jakarta	56
3. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Dikalangan Remaja di Jakarta	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	64

