

**PENGARUH PROMOSI, *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI  
*VARIABEL INTERVENING* PENGGUNA TOKOPEDIA DI  
JABODETABEK**

**Dewi Amalia Probosini**

**1707617028**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2021**

***THE EFFECT OF PROMOTION, BRAND AMBASSADOR ON  
PURCHASE DECISIONS AND BRAND IMAGE AS  
INTERVENING VARIABLES OF TOKOPEDIA USERS IN  
JABODETABEK***

**Dewi Amalia Probosini**

**1707617028**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis was written as one of the requirements to obtain a Bachelor of  
Education Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta*

***BUSINESS EDUCATION***

***FACULTY OF ECONOMICS***

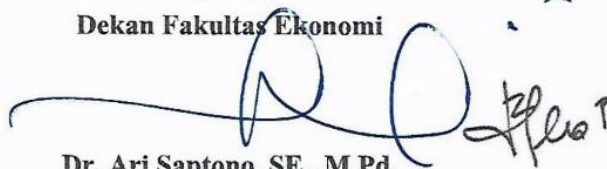
***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2021***






## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptano, SE., M.Pd.  
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Corry Yohana, M.M NIP. 195909181985032011 (Ketua Penguji)	 .....	06 Agustus 2021 .....
2	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001 (Penguji 1)	 .....	19 Agustus 2021 .....
3	Ryna Parlyna, M.B.A. NIP.197701112008122003 (Penguji 2)	 .....	16 Agustus 2021 .....
4	Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si. NIP. 196610302000121001 (Pembimbing 1)	 .....	06 Agustus 2021 .....
5	Muhammad Yusuf, SE., MM. NIP. 198906202020121006 (Pembimbing 2)	 .....	20 Agustus 2021 .....

Nama : Dewi Amalia Probosini  
No. Registrasi : 1707617028  
Program Studi : Pendidikan Bisnis  
Tanggal Lulus : 28 Juli 2021

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

# PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademi sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan,



**Dewi Amalia Probosini**

NIM. 1707617028

# LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dewi Amalia Probosini  
NIM : 1707617028  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis  
Alamat email : [dewiamaliaprobosini5@gmail.com](mailto:dewiamaliaprobosini5@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Promosi, Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian dan Brand Image sebagai

Variabel Intervening Pengguna Tokopedia di Jabodetabek

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2021

( Dewi Amalia Probosini )



## ABSTRAK

**DEWI AMALIA PROBOSINI.** Pengaruh Promosi, *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Dan *Brand Image* Sebagai *Variabel Intervening* Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek. Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomu, Universitas Negeri Jakarta, 2021.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *promosi*, *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian dan *brand image* sebagai *variabel intervening* pengguna Tokopedia pada masyarakat Jabodetabek. Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih enam bulan dari Januari 2021 hingga Juni 2021. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode *survei* dengan teknik *purposive sampling*, yang dimana mencari tahu sesuai dengan kriteria tertentu dan disebarakan melalui *google form*. Sedangkan analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah analisis *SEM AMOS* dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang dilibatkan adalah pengguna Tokopedia khusus pernah membeli di Tokopedia pada wilayah Jabodetabek sebanyak 200 responden. Hasil penelitian tersebut yaitu *promosi*, *brand ambassador* dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara persial, variabel *promosi*, *brand ambassador* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan.

**Kata kunci:** *Promosi*, *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, Tokopedia

## **ABSTRACT**

**DEWI AMALIA PROBOSINI.** *Effect of Promotion, Brand Ambassador on Purchase Decisions and Brand Image as Intervening Variables for Tokopedia Users in Jabodetabek. Jakarta: Business Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2021.*

*The purpose of this study was to determine the effect of promotion, brand ambassador on purchasing decisions and brand image as an intervening variable for Tokopedia users in the Jabodetabek community. This research was conducted for approximately six months from January 2021 to June 2021. The method used by the researcher is a survey method with purposive sampling technique, which seeks to find out according to certain criteria and is distributed via google form. While the analysis used in this study is AMOS SEM analysis using quantitative methods. The population involved is special Tokopedia users who have purchased at Tokopedia in the Jabodetabek area as many as 200 respondents. The results of this study are promotion, brand ambassador and brand image simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions. While partially, the variables of promotion, brand ambassador and brand image have a positive and significant effect.*

**Keyword:** *Promotion, Brand Ambassador, Brand Image, Purchase Decision, Tokopedia*

## Lembar Persembahan

Motto:

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al Insyirah:5)

*“Maybe I made a mistake yesterday, but yesterday’s me is still me. I am who I am today, with all my faults. Tomorrow I might be a tiny bit wiser, and that’s me, too. These faults and mistakes are what I am, making up the brightest stars in the constellation of my life. I have come to love myself for who I was, who I am, and who I hope to become”*

(Kim Namjoon BTS)

“Usaha adalah sesuatu yang harus kamu lakukan untuk menuju kesuksesan. Tidak ada kata terlambat untuk kamu yang ingin terus mau berusaha di dalam hidup ini. Yang ada hanyalah penyesalan jika kamu tidak melakukan sebaik mungkin”

(Jeon Jungkook BTS)

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala keadaan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini Saya persembahkan untuk kedua orang tua dan adik-adik yang senantiasa selalu memberikan semangat, dorongan, serta doa selama proses penyusunan skripsi. Skripsi ini juga Saya persembahkan untuk dosen pembimbing yaitu Bapak Nurdin Hidayat dan Bapak Muhammad Yusuf yang sudah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini. Tidak lupa saya persembahkan juga untuk sahabat saya Alyssa, Ayu, Fitri, Sucika, Nofi yang sudah berproses bersama dan saling bertukar keluh kesah selama penyusunan skripsi. Last but not least, skripsi ini juga Saya persembahkan untuk diri sendiri yang sudah mampu berjuang dan bertahan sejauh ini.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh *Promosi, Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian dan *Brand Image* sebagai *Variabel Intervening* Pengguna Tokopedia di Jabodetabek.”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penyusunan proposal skripsi ini Peneliti banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Ryna Parlyna, MBA., selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan ilmu dan saran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
4. Muhammad Yusuf, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan saran serta dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah membimbing serta memberikan ilmu yang bermanfaat dan berguna.
6. Kedua orang tua yaitu Bapak Karmiyo dan Ibu Kartika Sari serta adik saya Wahyu Agung Utomo serta keluarga Zumrowi yang telah memberikan dukungan doa maupun materil hingga selesainya skripsi ini.
7. Terimakasih untuk BTS. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook yang selalu

memberikan hiburan dan menjadi moodbooster di saat peneliti Lelah, serta menjadi inspirasi saat penlitit mengerjakan Skripsi ini.

8. Teman sekaligus sahabat terutama Fhatasya Delia Pujiandra, Soon To Be S.Pd, Sukses Muda, Homos yang selalu mendukung, memotivasi dan memberikan hiburan selama penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2017 yang telah membantu Peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam bentuk maupun isinya. Oleh karena itu, diharapkan agar pembaca dapat memberikan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman bagi yang membaca dan mempelajarinya. Akhir kata, Peneliti ucapkan terima kasih.

Jakarta, 16 April 2021

Dewi Amalia Probosini