

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN KONTEN IKLAN
TERHADAP *BRAND IMAGE* SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN : KASUS PADA *E-
COMMERCE SHOPEE* INDONESIA**

MARINTAN DAMAY YANTI SIAHAAN

1705617012



**Penelitian Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AND
ADVERTISING CONTENT ON BRAND IMAGE AND ITS
IMPACT ON PURCHASE DECISION : THE CASE ON E-
COMMERCE SHOPEE INDONESIA***

MARINTAN DAMAY YANTI SIAHAAN

1705617012



***This Research is Written to fulfill One of The Requirements for
Getting Bachelor Degree of Management at Faculty of Economics
State University of Jakarta***

STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

ABSTRAK

Marintan Damay Yanti Siahaan, 1705617012. Pengaruh *Brand ambassador* dan Konten Iklan Terhadap *Brand image* serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian : Kasus pada *E-commerce* Shopee Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *brand ambassador*, konten iklan, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan terhadap 200 orang pengguna Shopee di DKI Jakarta dengan metode SEM dan alat bantu AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand ambassador* dan konten iklan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara langsung, *brand ambassador* dan konten iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* secara langsung, *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Brand ambassador*, Konten Iklan, *Brand image*, Keputusan Pembelian, Shopee Indonesia.

ABSTRACT

Marintan Damay Yanti Siahaan, 1705617012. The Influence of Brand ambassadors and Advertising Content on Brand image and It's Impact on Purchase Decision : The Cas eon E-commerce Shopee Indonesia.

The purpose of this study was to examine the influence of brand ambassador, advertising content, and brand image on purchasing decisions. This research was conducted on 200 Shopee users in DKI Jakarta using the SEM method and AMOS tools. The results of this study indicate that brand ambassadors and advertising content do not have a positive and significant effect on purchasing decisions directly, brand ambassadors and advertising content have a positive and significant influence on brand image directly, brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand ambassador, Advertising Content, Brand image, Purchase Decision, Shopee Indonesia.



LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Dr. Ari Saptono, S.E., M. Pd NIP. 1972071520011121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Usep Suhud, M. Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Ketua)		11 Februari 2022
2	M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. NIP. 197201252002121002 (Penguji 1)		18 Februari 2022
3	Rahmi, S.E., M.S.M NIP. 198305012018032001 (Penguji 2)		27 Januari 2022
4	Dr. Suherman, M.Si NIP. 197311162006041001 (Pembimbing 1)		18 Februari 2022
5	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001 (Pembimbing 2)		18 Februari 2022
Nama : Marintan Damay Yanti Siahaan No. Registrasi : 1705617012 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 18 Februari 2022			

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

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

Jakarta, Februari 2022

Penulis



Marintan Damay Yanti Siahaan

PERNYATAAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: 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 : Marinton Damay Yanti Siahaan
NIM : 1905617012
Fakultas/Prodi : Ekonomi / SI Manajemen
Alamat email : marinton.damayanti@gmail.com

Demikian 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 Brand Ambassador dan Konten Video Terhadap Brand Image Serta Bumpuknya Terhadap Keputusan Pembelian : Kasus Pada E-commerce Shopee Indonesia

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 peneliti 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, Februari 2022

Penulis

(Marinton Damay Yanti S.)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME atas hikmat dan karunia yang telah diberikan-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul Pengaruh *Brand ambassador* dan Konten Iklan Terhadap *Brand image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian, yang akan dilakukan pada pengguna aktif aplikasi *online* Shopee di Indonesia.

Penelitian ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini tidak lepas dari bantuan yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan secara material maupun nonmaterial, terutama kepada:

1. Tuhan YME yang senantiasa memberikan kemudahan, kekuatan, serta kasih setia-Nya kepada penulis.
2. Dr. Suherman, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang dengan sabar membimbing penulis.
3. Dra. Basrah Saidani, M.Si. selaku dosen pembimbing 2 yang dengan sabar membimbing penulis.
4. Dr. Suherman, M.Si. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Kedua orang tua dan adik-adik terkasih terkhusus Mama dan Anggel yang telah memberikan doa dan dukungan selama penulis menyelesaikan proses penyusunan skripsi.
7. Para sahabat saya dari grup Cose Nostra, Yams *Family*, Kostku Keluargamu, BCA Pluit Kencana, S1 Manajemen Kelas D, dan kerabat

lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah mendukung dan memberikan semangat selama proses penyusunan Skripsi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini masih terdapat banyak sekali kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan penelitian ini agar lebih baik. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya yang akan meneliti hal yang serupa.

Jakarta, 17 Januari 2022

Marintan Damay Yanti Siahaan

