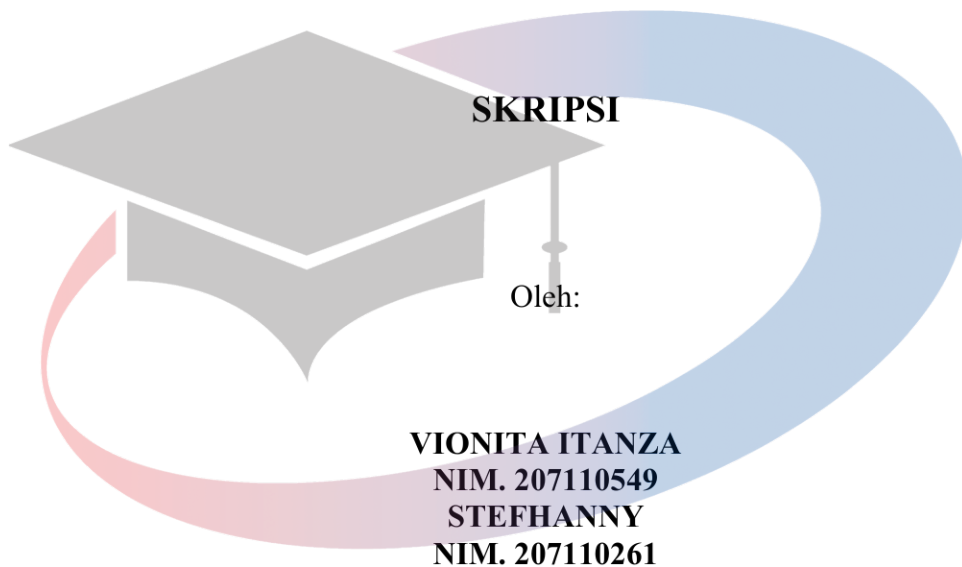


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI APLIKASI TOKOPEDIA DENGAN MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
MAHASISWA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS
MIKROSKIL**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2024**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND BRAND
AMBASSADOR ON PURCHASE DECISIONS ON THE
TOKOPEDIA APPLICATION WITH PURCHASE
INTENTION AS INTERVENING VARIABLE
FOR STUDENTS OF UNDERGRADUATE
PROGRAM OF MANAGEMENT AT
UNIVERSITAS MIKROSKIL**

FINAL RESEARCH / FINAL PROJECT

By:

**VIONITA ITANZA
NIM. 207110549
STEFHANNY
NIM. 207110261**

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT
SCHOOL OF BUSINESS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI APLIKASI TOKOPEDIA DENGAN MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
MAHASISWA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

VIONITA ITANZA

NIM. 207110549

STEFHANNY

NIM. 207110261

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,


William, S.Kom., M.M.

Dosen Pembimbing II,


Purnaya Sari
Tarigan, S.E., M.Si.

Medan, 26 Juli 2024

Diketahui dan Disahkan Oleh :


Karya Program Studi,
UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Suci Pertiwi, S.E., M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 207110549
Nama : Vionita Itanza

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Tokopedia dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil
Tempat Penelitian : Universitas Mikroskil
Alamat Penelitian : Jl. M.H Thamrin No. 140, Pusat Ps. Kecamatan Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20212
No. Telp : (061) 4573767

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah**.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 26 Juli 2024

Saya yang membuat pernyataan,



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 207110261

Nama : Stefhanny

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Tokopedia dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil

Tempat Penelitian : Universitas Mikroskil

Alamat Penelitian : Jl. M.H.Thamrin No. 140, Pusat Ps. Kecamatan Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20212

No. Telp : (061) 4573767

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah**.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 26 Juli 2024

Saya yang membuat pernyataan,



Stefhanny

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai intervening. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 380 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan diperoleh dari 100 mahasiswa Universitas Mikroskil yang menjadi objek penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli. Harga dan *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Minat beli dan *brand ambassador* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Minat beli tidak dapat menjadi mediasi antara kualitas produk dan keputusan pembelian, harga dan keputusan pembelian, *brand ambassador* dan keputusan pembelian. Hasil *Adjusted R-Square* menjelaskan bahwa Minat beli (Z) memiliki dipengaruhi sebesar 47,9% oleh variabel yang diteliti dan 52,1% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti serta Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi sebesar 25,5% oleh variabel yang diteliti dan 74,6% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *kualitas produk, harga, brand ambassador, minat beli, keputusan pembelian*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of product quality, price, and brand ambassadors on purchasing decisions with buying interest as an intervention. The population used in this study is 380 people. The data collection method used is a questionnaire and was obtained from 100 Mikroskil University students who were the subjects of the research. The type of research used is associative quantitative research. The results of the analysis showed that product quality had no partial effect on buying interest. Price and brand ambassador had a positive and significant effect on buying interest. Buying interest and brand ambassador have no partial effect on the purchase decision, product quality and price have a positive and significant effect on the purchase decision. Buying interest cannot be a mediator between product quality and purchase decision, price and purchase decision, brand ambassador and purchase decision. The results of Adjusted R-Square explained that purchase intention (Z) is influenced of 47.9% by the variables studied and 52.1% were influenced by factors that were not researched and Purchase Decision (Y) is influenced by 25.5% by the variables studied and 74.6% influenced by factors that were not studied.

Keywords : *product quality, price, brand ambassador, purchase decisions, purchase intention*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat, kasih karunia dan anugerah-Nya yang selalu mendampingi kami, maka kami dapat menyelesaikan penulisan skripsi kami yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Tokopedia dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil”.

Penulisan skripsi ini dilakukan untuk melengkapi persyaratan akademik guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen pada Universitas Mikroskil Medan.

Kami menyadari bahwa penulisan ini dapat berjalan dengan baik karena adanya bimbingan, dukungan, bantuan, dan nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak William, S.Kom., M.M, selaku Dosen Pembimbing I dan Wakil Rektor II yang telah bersedia memberikan bimbingan, masukan, nasihat, dan dukungan dalam penulisan skripsi.
2. Ibu Purnaya Sari Br Tarigan, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, masukan, nasihat, dan dukungan dalam penulisan skripsi.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.SC., PH.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Naca Perangin-Angin, S.M., M.Si., selaku sekretaris Program Studi Manajemen dan Dosen Wali.
7. Seluruh Staff dan Dosen Universitas Mikroskil yang telah banyak memberikan ilmu, pembelajaran, dan motivasi yang sangat berharga dan berguna bagi penulis.
8. Orang tua dan seluruh sekeluarga yang selalu memberikan dukungan, doa dan motivasi kepada penulis.

9. Sahabat kami yang tidak dapat kami sebut satu per satu yang selalu memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis.

10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu mereka untuk membantu mengisi kuesioner yang dibagikan oleh penulis yang tidak dapat kami sebut satu per satu yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang diselesaikan ini masih memiliki kekurangan baik dalam segi penulisan ataupun hal lainnya. Oleh karena itu, kami dengan senang hati menerima kritik dan saran dari para pembaca agar penulis dapat menjadi lebih baik lagi. Semoga hasil penulisan skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan.

Medan, 26 Juli 2024

Penulis,

Vionita Itanza

UNIVERSITAS
MIKROSKIL
Steffhanny

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Ruang Lingkup.....	5
1.4. Tujuan	6
1.5. Manfaat	7
1.6. Originalitas Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Pemasaran Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3. Kualitas Produk.....	14
2.1.4. Harga.....	17
2.1.5. <i>Brand Ambassador</i>	18
2.1.6. Minat Beli	20
2.2. Review Peneliti Terdahulu.....	22
2.3. Kerangka Konseptual	34
2.4. Pengembangan Hipotesis	36
2.4.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	36
2.4.2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	37
2.4.3. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli	37
2.4.4. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	37

2.4.5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.4.6. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.4.7. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.4.8. Minat Beli Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.4.9. Minat Beli Dalam Memediasi Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.4.10. Minat Beli Dalam Memediasi Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Jenis Penelitian.....	42
3.2. Objek Penelitian	42
3.3. Metode Pengumpulan Data	42
3.3.1. Kuesioner	42
3.3.2. Studi Kepustakaan	43
3.4. Populasi dan Sampel	43
3.4.1. Populasi.....	43
3.4.2. Sampel.....	44
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	46
3.6. Metode Analisis Data	48
3.6.1. Statistik Deskriptif	48
3.6.2. Pengujian Kualitas Data.....	48
3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik.....	49
3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.6.5. Uji Hipotesis	51
3.6.6. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.2. Karakteristik Responden	54
4.3. Hasil Penelitian	56
4.3.1. Hasil Pengujian Statistik Deskriptif.....	56
4.3.2. Hasil Pengujian Kualitas Data.....	60
4.3.3. Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	63

4.3.4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.3.5. Hasil Uji Hipotesis	70
4.3.6. Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	74
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	77
4.4.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	77
4.4.2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	78
4.4.3. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli	78
4.4.4. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.4.5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.4.6. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	81
4.4.7. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.4.8. Minat Beli Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	83
4.4.9. Minat Beli Dalam Memediasi Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.4.10. Minat Beli Dalam Memediasi Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	85
BAB V PENUTUP.....	87
5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik 5 <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023	1
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 3. 1 Diagram Jalur	52
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	74
Gambar 4. 2 Hasil Diagram Analisis Jalur	75



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Peneliti Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	57
Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga.....	58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Brand Ambassador</i>	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif Minat Beli	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Harga.....	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i>	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Minat Beli	62
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas I.....	64
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas II.....	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heterokedastisitas I	65
Tabel 4. 19 Hasil Uji Heterokedastisitas II.....	66
Tabel 4. 20 Hasil Uji Multikolinearitas I.....	67
Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikolinearitas II.....	67
Tabel 4. 22 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda I	68
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda II.....	69
Tabel 4. 24 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t) I	70
Tabel 4. 25 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t) II.....	71
Tabel 4. 26 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F) I.....	72
Tabel 4. 27 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F) II	72

Tabel 4. 28 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) I.....	73
Tabel 4. 29 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) II	73
Tabel 4. 30 Hasil Pengujian X terhadap Z	74
Tabel 4. 31 Hasil Pengujian X dan Z terhadap Y	75



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2 Data Responden.....	104
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner	107
Lampiran 4 Hasil Output SPSS.....	121



UNIVERSITAS MIKROSKIL