



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *EVENT MARKETING*,
DIGITAL MARKETING, *SALES PROMOTION* DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO ONLINE SHOPEE (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Oleh :
EMA FATAUL UMFROH
2018-11-535

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**



PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, EVENT MARKETING, DIGITAL MARKETING, SALES PROMOTION* DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh :

EMA FATAUL UMFROH

2018-11-535

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, EVENT MARKETING, DIGITAL MARKETING, SALES PROMOTION* DAN INOVASI PRODUK TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN TOKO ONLINE DI SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus



Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Supriyono, S.E., M.M

Hutomo Rusdianto, S.E., MBA.

NIDN. 0614037104

QWM

NIDN. 0619108502

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

NIDN. 0628048702

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *EVENT MARKETING*, *DIGITAL MARKETING*, *SALES PROMOTION* DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

Nama : Ema Fataul Umfroh

NIM : 201811535

Program Studi : S1-Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,.....2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



Nurul Rizka Arumsari, S.E.,MM

NIDN. 0628048702



Dr. Suprivono, S.E., M.M

NIDN. 0614037104

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr. Kerati Sumekar, S.E.,MM

NIDN. 0616077304



Hutomo Rusdianto, S.E, MBA, QWM

NIDN. 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

If we never try, how will we know?

(Stacey Ryan)

Tidak ada yang tidak mungkin jika kamu mau mencoba

(Kim Jongin)



Have courage

be brave fearless

Be brave be humble

(Baekhyun)

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ayah dan Ibuku Tercinta
2. Teman – teman
3. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang serta sholawat kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **PENGARUH BRAND AMBASSADOR, EVENT MARKETING, DIGITAL MARKETING, SALES PROMOTION DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOPEE** (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muria Kudus).

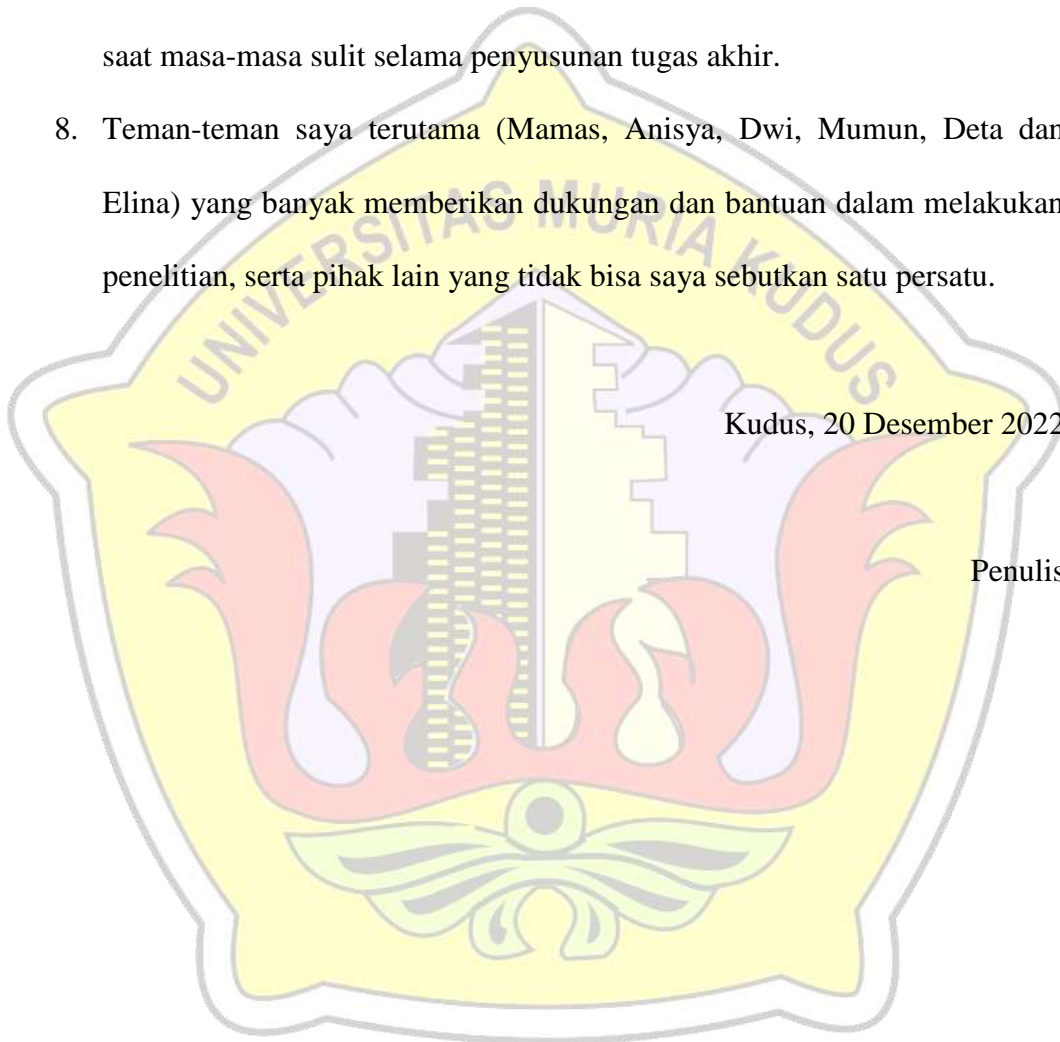
Penyelesaian Skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus
4. Dr. Supriyono, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberi masukan yang berarti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Hutomo Rusdianto, S.E, MBA, QWM., selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberi masukan yang berarti dalam penyusunan skripsi ini.

6. Kedua orang tua saya bapak Suhud dan ibu Sunarsih serta adik saya Cindy Shyafitul Aza atas doa dan dukungannya sampai saat ini saya bisa menyelesaikan skripsi dengan lancar.
7. EXO dari Korea Selatan terutama Byun Baekhyun, untuk lagu-lagu dan karya-karyanya yang selalu memberi semangat dan memotivasi penulis di saat masa-masa sulit selama penyusunan tugas akhir.
8. Teman-teman saya terutama (Mamas, Anisya, Dwi, Mumun, Deta dan Elina) yang banyak memberikan dukungan dan bantuan dalam melakukan penelitian, serta pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Kudus, 20 Desember 2022

Penulis



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *EVENT MARKETING*, *DIGITAL MARKETING*, *SALES PROMOTION* DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKO ONLINE SHOPEE
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muria Kudus)**

Ema Fataul Umfroh
2018-11-535

Pembimbing I : Dr. Supriyono, S.E., M.M
Pembimbing II : Hutomo Rusdianto, S.E, MBA, QWM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *brand ambassador*, *event marketing*, *digital marketing*, *sales promotion* dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee. Jenis penelitian ini penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa manajemen Universitas Muria Kudus, Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, teknik ini merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Data dikumpulkan dengan kuisioner dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif, Uji normalitas, Uji multikolinearitas, Uji heteroskedastisitas, Analisis regresi linier berganda, Uji regresi parsial (Uji t), Uji regresi berganda (Uji F simultan), Uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut : (1) *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee (2) *Event marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee (3) *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee (4) *Sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee (5) Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee (6) *brand ambassador*, *event marketing*, *digital marketing*, *sales promotion* dan inovasi produk secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *Event Marketing*, *Digital Marketing*, *Sales Promotion*, inovasi produk dan keputusan pembelian

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADORS, EVENT MARKETING,
DIGITAL MARKETING, SALES PROMOTION AND PRODUCT
INNOVATION ON PURCHASING DECISIONS ON
SHOPEE ONLINE STORE
(Case Study on Management Students at Muria Kudus University)***

Ema Fataul Umfroh
2018-11-535

Pembimbing I : Dr. Supriyono, S.E., M.M
Pembimbing II : Hutomo Rusdianto, S.E, MBA, QWM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRACT

This study aims to analyze brand ambassadors, event marketing, digital marketing, sales promotion and product innovation towards purchasing decisions at shopee online stores. This type of research is quantitative research. The population in this study was management students of Muria Kudus University, the sample used in this study was 96 respondents. The sampling technique of this study uses accidental sampling technique, this technique is a sample determination technique based on chance. Data were collected with questionnaires and analyzed using descriptive analysis, Normality test, Multicholnearity test, Heteroskedasticity test, Multiple linear regression analysis, Partial regression test (t test), multiple regression test (simultaneous F test), Determination coefficient test. Based on the results of the study, it can be concluded as follows: (1) Brand ambassadors have a positive and significant effect on purchasing decisions at shopee online stores (2) Marketing events have a positive and significant effect on purchasing decisions at shopee online stores (3) Digital marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions at shopee online stores (4) Sales promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions at shopee online stores (5) Product innovation has a positive and significant effect on Purchasing decisions at Shopee online stores (6) Brand Ambassadors, Event Marketing, Digital Marketing, Sales Promotion and Product Innovation together have a positive and significant effect on purchasing decisions at Shopee online stores.

Keywords: brand ambassador, event marketing, digital marketing, sales promotion, product innovation and purchasing decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	7
1.3 Perumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2 Keputusan Pembelian	12
2.3 <i>Brand Ambassador</i>	15
2.4 <i>Event Marketing</i>	17
2.5 <i>Digital Marketing</i>	20
2.6 <i>Sales Promotion</i>	21
2.7 Inovasi Produk.....	23
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu	26
2.9 Pengaruh Antar Variabel	30

2.10	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
2.11	Hipotesis	37
BAB III	METODE PENELITIAN	39
3.1	Rancangan Penelitian	39
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
3.2.1	Jenis Variabel.....	40
3.2.2	Definisi Operasional	41
3.3	Jenis dan Sumber Data	43
3.3.1	Jenis Data.....	43
3.3.2	Sumber Data	43
3.4	Populasi dan Sampel.....	44
3.4.1	Populasi	44
3.4.2	Sampel	44
3.5	Pengumpulan Data.....	46
3.6	Metode Analisa Data	47
3.6.1	Uji Validitas dan Reabilitas	47
3.7	Pengolahan Data	49
3.8	Analisis Data	50
3.8.1	Analisis Deskriptif	50
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	51
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	57
4.2	Penyajian Data.....	59
4.3	Data Variabel Penelitian.....	61
4.4	Uji Instrumen.....	66

4.5 Uji Asumsi Klasik	68
4.5.1 Uji Normalitas	68
4.5.2 Uji Multikolinieritas	69
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	70
4.6 Analisa Data	71
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.6.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	73
4.6.3 Regresi Berganda (Uji F).....	77
4.6.4 <i>Adjusted R Square</i>	78
4.7 Pembahasan	79
4.7.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan pembelian.....	79
4.7.2 Pengaruh <i>Event Marketing</i> Terhadap Keputusan pembelian	80
4.7.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan pembelian.....	81
4.7.4 Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Keputusan pembelian	83
4.7.5 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan pembelian	84
4.7.6 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> , <i>Event Marketing</i> , <i>Digital Marketing</i> , <i>Sales Promotion</i> dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan pembelian.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 TBI Online Shop 2020	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional	41
Tabel 3.2 Skala Likert	47
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Intensitas Penggunaan Setahun	60
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel <i>Brand ambassador</i>	61
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel <i>Event marketing</i>	62
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel <i>Digital marketing</i>	63
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel <i>Sales promotion</i>	64
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Inovasi Produk.....	65
Tabel 4.9 Frekuensi Variabel Keputusan pembelian	65
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas.....	66
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorof-Smirno Test</i>	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi.....	72
Tabel 4.16 Hasil Analisis Parsial	74
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Berganda.....	77
Tabel 4.18 Nilai <i>Adjusted R Square</i>	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung <i>E-Commerce</i>	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	36



Daftar Lampiran

	Halaman
LAMPIRAN 1	93
LAMPIRAN 2	99
LAMPIRAN 4	109
LAMPIRAN 5	123

