



**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, HARGA PRODUK,  
KUALITAS PRODUK DAN ULASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT  
BELI PRODUK ERIGO PADA SHOPEE**

**Oleh:**

**FRISKA MULIA PUTRI**

**201911044**

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

**TAHUN 2023**



**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, HARGA PRODUK,  
KUALITAS PRODUK DAN ULASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT  
BELI PRODUK ERIGO PADA SHOPEE**

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

**Oleh:**

**FRISKA MULIA PUTRI**

**2019-11-044**

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

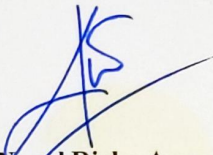
**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, HARGA PRODUK,  
KUALITAS PRODUK DAN ULASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT  
BELI PRODUK ERIGO PADA SHOPEE**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

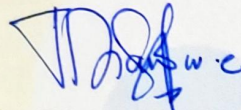
**Tanggal.....**

Pembimbing I



**(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)**  
NIDN 0628048702

Pembimbing II



**(Dian Wismar'ain, S.E., M.M)**  
NIDN 0612127702

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



**Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M**  
NIDN. 0024037701

**ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR, HARGA PRODUK,  
KUALITAS PRODUK DAN ULASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT  
BELI PRODUK ERIGO PADA SHOPEE**

Nama : Friska Mulia Putri  
NIM : 201911044  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

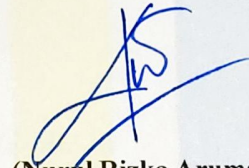

**Kudus,**

**2023**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)  
NIDN. 0024037701

(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)  
NIDN 0628048702


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Universitas Muria Kudus  
  
(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)  
NIDN 0616077304



(Dian Wismarudin, S.E., M.M)  
NIDN 0612127702

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO:

- ❖ Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu. Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui. (QS. Al- Baqarah: 216)
- ❖ Jangan biarkan hal-hal negatif kemarin menumpulkan kilauan hari ini. (Kebajikan Doreen)
- ❖ Saya adalah saya, saya melakukannya dengan sangat baik dalam hidup saya, dan saya bersyukur kepada Tuhan untuk itu. (LL Cool J)

### PERSEMBAHAN:

1. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan dorongan spiritual dan material.
2. Alm Adik tersayang
3. Keluarga besar terdekat yang selalu memberikan semangat dan motivasi.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan seluruh rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, HARGA PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN ULASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO PADA SHOPEE”** Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Strata 1 (satu) guna meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan, kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dengan segala kebijakannya.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang dengan kebijaksanaanya memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dan studi yang baik.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk menyusun skripsi.

4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M, Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada penulis selama menyusun skripsi.
5. Dian Wismar'ain., S.E., M.M, dosen pembimbing II yang telah bersedia membimbing dan memberikan masukan-masukan yang sangat bermanfaat pada skripsi ini.
6. Seluruh Staff Dosen Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama mengikuti perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi.
7. Kedua orang tua tercinta Bapak Nirwan dan Ibu Ema Setiati serta Adik Fairel Akbar Alvaro (alm) atas limpahan kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa yang tulus yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh keluarga besar terdekat yang telah memberikan motivasi untuk penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
9. Sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan semangat, motivasi dan saran untuk segera menyelesaikan Skripsi, yakni, Sri Rejeki Lestari, Puspa Sari Suharto, Dwi Yudha Alfiana, Sinta, Rurun, Andini, dan Shania.
10. Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2019 yang bersama-sama menuntut ilmu di Universitas Muria Kudus.
11. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk seluruh dukungan dan doanya selama mengerjakan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Maka dalam kesempatan ini penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak, khususnya pihak-pihak yang berkepentingan. Terima kasih.

Kudus,

2023

Penulis,



**Friska Mulia Putri**

NIM. 201911044



**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, HARGA PRODUK,  
KUALITAS PRODUK DAN ULASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT  
BELI PRODUK ERIGO PADA SHOPEE**

FRISKA MULIA PUTRI

201911044

Pembimbing I : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

Pembimbing II: Dian Wismar'ain., S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui *brand ambassador*, harga produk, kualitas produk dan ulasan pelanggan terhadap minat beli produk Erigo pada Shopee. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan program SPSS 25. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *Roscoe* dengan jumlah sampel 100 responden. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) *brand ambassador* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli produk Erigo pada Shopee. (2) Harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Erigo pada Shopee. (3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Erigo pada Shopee. (4) Ulasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Erigo pada Shopee. (5) *Brand ambassador*, harga produk, kualitas produk dan ulasan pelanggan memiliki pengaruh secara bersama-sama dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Erigo pada Shopee.

**Kata Kunci:** *Brand Ambassador*, Harga Produk, Kualitas Produk, Minat Beli

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, PRODUCT PRICE, PRODUCT QUALITY AND CUSTOMER REVIEWS ON THE PURCHASE INTENTION OF ERIGO PRODUCTS AT SHOPEE***

*FRISKA MULIA PUTRI*

*201911044*

*Advisor I : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M*

*Advisor II : Dian Wismar'ain., S.E., M.M*

***UNIVERSITY OF THE MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY  
PROGRAM***

***ABSTRACT***

*The research was conducted with the aim of knowing brand ambassadors, product prices, product quality and customer reviews on the interest in buying Erigo products on Shopee. This study used quantitative analysis using the SPSS 25 program. The data sources used in this study were primary data and secondary data. The sampling method used purposive sampling. The sampling technique uses the Roscoe formula with a sample of 100 respondents. The results of this study conclude that (1) brand ambassadors have no positive and insignificant effect on the intention to buy Erigo products at Shopee. (2) Product prices have a positive and significant effect on interest in buying Erigo products at Shopee. (3) Product quality has a positive and significant effect on interest in buying Erigo products at Shopee. (4) Customer reviews have a positive and significant effect on the intention to buy Erigo products at Shopee. (5) Brand ambassadors, product prices, product quality and customer reviews have a joint influence in increasing consumer buying interest in Erigo products at Shopee.*

***Keywords:*** *Brand Ambassador, Product Price, Product Quality, Purchase Intention*

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAKSI .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	14
2.1.3 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	14

2.1.4	Fungsi Manajemen Pemasaran .....	16
2.2	<i>Brand Ambassador</i> .....	19
2.2.1	Pengertian <i>Brand Ambassador</i> .....	19
2.2.2	Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	20
2.3	Harga Produk .....	21
2.3.1	Pengertian Harga Produk .....	21
2.3.2	Indikator Harga Produk .....	22
2.4	Kualitas Produk .....	23
2.4.1	Pengertian Kualitas Produk .....	23
2.4.2	Indikator Kualitas Produk .....	24
2.5	Ulasan Pelanggan .....	27
2.5.1	Pengertian Ulasan Pelanggan ( <i>Customer Review</i> ) .....	27
2.5.2	Indikator Ulasan Pelanggan ( <i>Customer Review</i> ) .....	28
2.6	Minat Beli .....	30
2.6.1	Pengertian Minat Beli .....	30
2.6.2	Indikator Minat Beli .....	31
2.7	E-commerce .....	33
2.7.1	Pengertian <i>E-commerce</i> .....	33
2.7.2	Shopee .....	33
2.8	Pengaruh Antar Variabel .....	34
2.8.1	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli .....	34
2.8.2	Pengaruh Harga Produk Terhadap Minat Beli .....	35
2.8.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	35

2.8.4	Pengaruh Ulasan Pelanggan Terhadap Minat Beli .....	35
2.9	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	36
2.10	Kerangka Pikir Teoritis.....	39
2.11	Hipotesis .....	40
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	41
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
3.2.1	Variabel Penelitian.....	41
3.2.2	Definisi Operasional Variabel .....	42
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	46
3.3.1	Jenis data.....	46
3.3.2	Sumber data .....	46
3.4	Populasi dan Sampel.....	47
3.5	Pengumpulan Data.....	48
3.6	Uji Instrumen .....	49
3.6.1	Uji Validitas.....	49
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	50
3.7	Pengolahan Data .....	50
3.8	Analisis Data.....	52
3.8.1	Statistik Deskriptif .....	52
3.8.2	Analisis Kuantitatif .....	52
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.8.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	55

3.8.5	Pengujian Hipotesis .....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		60
4.1	Deskripsi Objek .....	60
4.2	Gambaran umum identitas responden. ....	61
4.2.1	Jenis Kelamin Respoden.....	61
4.2.2	Umur Respoden .....	61
4.2.3	Domisili Respoden.....	62
4.3	Penyajian data.....	63
4.3.1	Statistik deskriptif.....	63
4.3.2	<i>Brand Ambassador</i> .....	64
4.3.3	Harga Produk .....	65
4.3.4	Kualitas Produk.....	66
4.3.5	Ulasan Pelanggan.....	67
4.3.6	Minat Beli .....	68
4.4	Analisis Data.....	68
4.4.1	Uji Validitas.....	68
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	70
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	71
4.4.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
4.5	Uji Hipotesis .....	77
4.5.1	Uji t (Parsial).....	77
4.5.2	Uji F (Berganda) .....	79
4.5.3	Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ).....	79

4.6 Pembahasan .....	80
4.6.1 Pengaruh <i>brand ambassador</i> terhadap minat beli .....	80
4.6.2 Pengaruh harga produk terhadap minat beli .....	81
4.6.3 Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pengaruh.....	82
4.6.4 Pengaruh ulasan pelanggan terhadap minat beli.....	83
4.6.5 Pangaruh <i>brand ambassador</i> , harga produk, kualitas produk, dan ulasan pelanggan terhadap minat beli.....	85
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>86</b>
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Hal</b>
Tabel 3.1 Tabel Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi.....	55
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	62
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili .....	62
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Penelitian .....	63
Tabel 4.5 Tanggapan Respoden terhadap Brand Ambassaador Erigo.....	64
Tabel 4.6 Tanggapan Respoden terhadap Harga Produk Erigo .....	65
Tabel 4.7 Tanggapan Respoden terhadap Kualitas Produk Erigo.....	66
Tabel 4.8 Tanggapan Respoden terhadap Ulasan Pelanggan Produk Erigo .....	67
Tabel 4.9 Tanggapan Respoden terhadap Minat Beli Produk Erigo.....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	70
Tabel 4.12 Nilai Tolerance dan VIF Statistik .....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas .....	73
Tabel 4.14 Hasil ji Autokorelasi .....	75
Tabel 4.15 Nilai koefisien Regresi.....	76
Tabel 4.16 Hasil Uji t (Parsial) .....	77
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Berganda).....	79
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinan (Adjusted R Square).....	80



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Hal</b>
Gambar 1.1 5 E-commerce Terpopuler di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Keluhan konsumen atau pelanggan Erigo pada aplikasi Shopee .....	10
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis .....	39
Gambar 4.1 Grafik <i>Normal Probability Plot</i> .....	72
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	74

