

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, ELECTRONIC WORD
OF MOUTH, TRUST, SERVICE QUALITY* TERHADAP
*PURCHASE DECISION SMARTPHONE SAMSUNG***

SKRIPSI



Nama : Nindy Elsa Saputri

NIM : 43118010158

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, TRUST, SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISION SMARTPHONE SAMSUNG*

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Nindy Elsa Saputri
NIM : 43118010158

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nindy Elsa Saputri

NIM : 43118010158

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS Jakarta, 8 Desember 2022
MERCU BUANA



Nindy Elsa Saputri

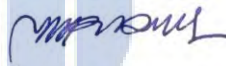
NIM : 43118010158

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nindy Elsa Saputri
NIM : 43118010158
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH BRAND AMBASSADOR, ELECTRONIC
WORD OFMOUTH, TRUST, SERVICE QUALITY
TERHADAP PURCHASE DECISION SMARTPHONE
SAMSUNG
Tanggal Sidang : 3 November 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Tafiprios, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Manajemen

Ketua Program Studi S1



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA
12221965



Please Scan
QRCode to
Verify

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul “**Pengaruh *Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth, Trust dan Service Quality* terhadap *Purchase Decision Smartphone Samsung*”.**

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak **Dr.Tafiprios, SE, MM** selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya serta motivasi, saran, waktu luang selama bimbingan, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin

berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan prodopsal skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmu dan bantuan administratifnya
5. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan Redha Aini Syifa, Muhammad Ilham Syahrany, Pasya Mirzagina Siregar, Rifka Ramaditha, Nur Azizah yang selalu memberikan semangat dan masukan dalam mengerjakan skripsi.
7. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all these hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying to do more than I receive, I wanna thank me for trying do more right than wrong, I wanna thank me for just being me all times.*
8. Kepada seluruh konsumen yang menggunakan *Smartphone* Samsung di Jakarta yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.



Jakarta, 8 Desember 2022

Penulis

Nindy Elsa Saputri

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen Pemasaran	10
2. Perilaku Konsumen	10
a. Pengertian Perilaku Konsumen	10
b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
3. Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>).....	14
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
b. Tahapan Keputusan Pembelian	14
c. Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian.....	16
d. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	17
e. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	18
4. <i>Brand Ambassador</i>	19

a. Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	19
b. Peran <i>Brand Ambassador</i>	19
c. Dimensi dan Indikator <i>brand ambassador</i>	20
5. <i>Electronic Word of Mouth</i>	21
a. Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i>	21
b. Dimensi dan Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	22
6. Kepercayaan.....	23
a. Pengertian Kepercayaan	23
b. Dimensi dan Indikator Kepercayaan	24
7. Kualitas Pelayanan	24
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	24
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	25
8. Penelitian Terdahulu	26
9. Hubungan antar Variabel	48
a. Hubungan <i>Brand Ambassador</i> dengan <i>PurchaseDecision</i>	48
b. Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan <i>Purchase Decision</i>	49
c. Hubungan <i>Trust</i> dengan <i>Purchase Decision</i>	50
d. Hubungan <i>Service Quality</i> dengan <i>Purchase Decision</i>	50
B. Rerangka Pemikiran.....	51
C. Hipotesis.....	52
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	54
1. Waktu Penelitian	54
2. Tempat Penelitian	54
B. Desain Penelitian	54
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	55
1. Definisi Variabel.....	55
2. Operasionalisasi Variabel	57
D. Skala Pengukuran Variabel.....	62
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	63

1. Populasi Penelitian.....	63
2. Sampel Penelitian.....	64
F. Teknik Pengumpulan Data	64
G. Metode Analisis Data	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	70
B. Statistik Deskriptif.....	71
1. Deskripsi Responden	71
2. Deskripsi Variabel.....	75
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	80
1. Evaluasi Measurement (Outer Model).....	80
2. Pengujian Model Struktural / Uji Hipotesis (Inner Model)	89
3. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	91
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	92
1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	92
2. Pengaruh <i>EWOM</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	93
3. Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	94
4. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Top Brand Index Smartphone 2020-2022.....	3
Tabel 1.2	Data Penjualan Smartphone 2019-2020	4
Tabel 1.3	Hasil Kuesioner Pra-Survey.....	6
Tabel 2.1	Mapping Jurnal	26
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	57
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert.....	63
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	71
Tabel 4.2	Usia Responden	72
Tabel 4.3	Domisili Responden.....	72
Tabel 4.4	Pendidikan Terakhir Responden.....	73
Tabel 4.5	Pekerjaan Responden.....	73
Tabel 4.6	Pendapatan Perbulan.....	74
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Brand Ambassador	75
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Electronic Word of Mouth	76
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Trust</i>	77
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Convergent Validity	81
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	83
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Discriminant Validity	85
Tabel 4.13	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Lacker Cricterion)	87
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE).....	88
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Composite Reliability.....	89
Tabel 4.16	Nilai Variabel Endogen.....	89
Tabel 4.17	Hasil Uji Nilai Q-Square (Q^2).....	90
Tabel 4.18	Hasil T-Statistics Pengaruh Langsung (Bootstrapping).....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Data Pengguna Smartphone di Indonesia	2
Gambar 1.2	Gambar Brand Ambassador Samsung	5
Gambar 2.1	Model Rerangka Konseptual Penelitian.....	52
Gambar 4.1	Hasil PLS Algorithm.....	81
Gambar 4.2	Hasil PLS Algorithm (Modifikasi)	83
Gambar 4.3	Hasil Bootstrapping.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Pra Survey	104
Lampiran 2	Hasil Pra Survey	105
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 4	Hasil <i>Output</i> SPSS 25.....	113
Lampiran 5	Hasil <i>Output</i> SEM-PLS 3.0	118

