

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH* DAN
BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* BLIBLI
DI KOTA KUPANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH :

RINIA WIDIA YANTI TEFA
NIM : 32118012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH* DAN
BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* BLIBLI
DI KOTA KUPANG**


Yang diajukan oleh:


Nama : Rinia Widia Yanti Tefa
NIM : 32118012
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing dan diuji di Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik
Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Ec. Gaudencius Djuang, MM
NIDN : 0808015901


Maria Augustin Lopes Amara, SE, MM
NIDN : 0805079302

Kupang2022

Ketua Program Studi Manajemen


Rosadulima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305






LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 28 Juni 2022
Jam : 13.00 – 15.00 WITA
Tempat : Magister Manajemen
Atas Nama : Rinia Widia Yanti Tefa
NIM : 32118012
Dinyatakan : LULUS

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM ()
2. Sekretaris : Maria A.L. Amaral, SE, MM ()
3. Penguji I : Dr. Simon Sia Niha, SE, M. Si ()
4. Penguji II : Rosadalima Tisu, SE, MM ()
5. Penguji III : Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM ()

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis


Joni Sewa Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901

Ketua Program Studi
Manajemen


Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Hati manusia memikir-mikirkan jalannya, tetapi Tuhanlah yang menentukan arah langkahnya”.

(Amsal 16:9)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Imenuel Tefa dan Ibu Sarah S.T Nomleni, yang dengan bersusah payah membiayai studi dan yang tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara yang terkasih, kakak Febrianti Anna Tefa, Jusri Sonya Tefa dan adik Viktor Tefa yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat.

Kupang, Juni 2022

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing, Word Of Mouth* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Blibli Di Kota Kupang”, dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku Dekan, Bapak Daniel Taolin, SE, M.Si dan Ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si. selaku Wakil Dekan I dan II, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen sekaligus Penguji II dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku Sekretaris

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.

4. Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Dosen Pembimbing I, Ketua Panitia Ujian Skripsi dan Penguji III serta Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE, MM selaku dosen Pembimbing II dan Sekretaris Panitia Ujian yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku Penguji I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
6. Seluruh Dosen pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
7. Ibu Angelina Penun, SH selaku Kepala Tata Usaha dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.
8. Bapak Imenuel Tefa dan Ibu Sarah S.T Nomleni sebagai orang tua kandung yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan selalu mendoakan untuk keberhasilan, beserta saudara-saudari (Kakak Febrianti Anna Tefa, Jusri Sonya Tefa dan Adik Viktor Tefa) yang telah memberikan dukungan dan doa untuk meraih gelar Sarjana Manajemen ini.
9. Teman-teman Mahasiswa/i seperjuangan Angkatan 2018 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya

Mandira Kupang (terkhusus Ka Putri, Agnes, Ka Lhoni, Jun, Ino, dan Vandi), yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama kuliah dan penulisan skripsi ini.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberkati kita semua.

Kupang, Juni 2022

Penulis

ABSTRAK

Rinia Widia Yanti Tefa (32118012), dengan judul penelitian “Pengaruh *Digital Marketing*, *Word Of Mouth* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Blibli Di Kota Kupang” di bawah bimbingan Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku pembimbing I dan Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE, MM selaku pembimbing II.

Blibli adalah salah satu *e-commerce* yang berada di Indonesia. Perkembangan data pengunjung pada *e-commerce* Blibli di Indonesia selama 5 tahun terakhir mengalami penurunan yang cukup signifikan. Masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana gambaran konsumen mengenai *digital marketing*, *word of mouth*, *brand ambassador*, dan keputusan pembelian pada *Marketplace* Blibli di Kota Kupang? (2) Apakah *digital marketing*, *word of mouth*, dan *brand ambassador* secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Marketplace* Blibli di Kota Kupang?

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Kupang yang telah atau pernah memutuskan untuk membeli di *Marketplace* Blibli, yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini yaitu 108 responden. Pengumpulan data menggunakan Kuesioner melalui *Google Form*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel *digital marketing* sebesar 79%, variabel *word of mouth* 74%, variabel *brand ambassador* 72%, dan keputusan pembelian 78%, semua variabel termasuk dalam kategori baik. Analisis statistik regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 0,531X_1 + 0,224X_2 + 0,182X_3$. Hasil uji t diperoleh t_{hitung} untuk variabel *digital marketing* sebesar 6,211 dengan nilai signifikan 0,000, variabel *word of mouth* sebesar 2,722 dengan nilai signifikan 0,008, dan variabel *brand ambassador* sebesar 2,553 dengan nilai signifikan 0,012, di mana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Hasil uji F_{hitung} sebesar 92,523 dengan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan ke tiga variabel bebas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Marketplace* Blibli di Kota Kupang. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan menjelaskan kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 72%, sedangkan sisanya sebesar 28% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, disarankan kepada *Marketplace* Blibli agar memakai model desain iklan yang menarik dan pengambilan gambar yang estetik pada iklan, perlu membuat program *referral* dan meminta konsumen untuk memberikan ulasan serta rating terhadap produk, serta menggunakan *brand ambassador* seperti Awkarin yang memiliki banyak *fans*, agar konsumen dapat tertarik berbelanja di Blibli.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Word Of Mouth*, *Brand Ambassador*, dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Manajemen Pemasaran	14
B. Perilaku Konsumen	20
C. Keputusan Pembelian	21
D. <i>Digital Marketing</i>	31
E. <i>Word Of Mouth</i>	35
F. <i>Brand Ambassador</i>	39

G. Penelitian Terdahulu	41
H. Kerangka Pemikiran	43
I. Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Tempat dan Waktu Penelitian	46
B. Populasi dan Sampel	46
C. Jenis Data	47
D. Teknik Pengumpulan Data	49
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator Dan Sakala Pengukuran	49
F. Uji Kuesioner	52
G. Metode Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Karakteristik Responden	63
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian.....	69
C. Analisis Data	73
D. Pembahasan.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pengunjung <i>E-Commerce</i> di Indonesia Pada Tahun 2017-2021	6
Tabel 1.2 Data Transaksi <i>E-commerce</i> Blibli di Indonesia Pada Tahun 2017	8
Tabel 1.3 <i>Research Gap</i>	11
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator Dan Skala Pengukuran.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	65
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Marketing</i> (X ₁)	69
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X ₂)	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X ₃)	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	71
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.11 Kategori Gambaran <i>Digital Marketing</i> (X ₁)	73
Tabel 4.12 Kategori Gambaran <i>Word Of Mouth</i> (X ₂)	74
Tabel 4.13 Kategori Gambaran <i>Brand Ambassador</i> (X ₃)	75
Tabel 4.14 Kategori Gambaran Keputusan Pembelian (Y)	76
Tabel 4.15 Uji Linearitas	78
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	79

Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	83
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F)	85
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Keputusan Pembelian Hawkins	26
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian	44
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas	77
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas	78
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas	80

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	103
Lampiran 2 Hasil Uji Deskriptif	109
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	121
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	122
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas	123
Lampiran 6 Hasil Uji Linearitas	124
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas	125
Lampiran 8 Hasil Uji Heterokedastisitas	125
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	125