

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN  
*BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MAHASISWA MANAJEMEN UINSA  
SURABAYA DI SHOPEE**

**SKRIPSI**

Oleh :

**MOH. ILHAM MIRZA**

**NIM. G03217026**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya, Moh. Ilham Mirza, G03217026 menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 20 JULI 2023

Yang menyatakan



**MOH. ILHAM MIRZA**  
**NIM. G30217026**

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**Skripsi oleh :**

Nama : MOH. ILHAM MIRZA

Nim : G03217026

Judul : PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN  
*BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MAHASISWA MANAJEMEN UINSA  
SURABAYA DI SHOPEE

Ini diperiksa dan disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

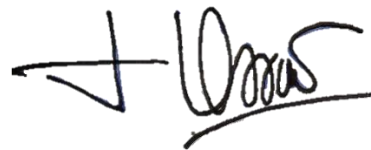
Surabaya, 20 JULI 2023

**Pembimbing I**



**DEASY TANTRIANA, MM**  
NIP. 198312282011012009

**Pembimbing II**



**MUCHAMMAD SAIFUDDIN, M.SM**  
NIP. 198603132019031011

# LEMBAR PENGESAHAN

## PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA MANAJEMEN UINSA SURABAYA DI SHOPEE

Diajukan oleh:

**MOH. ILHAM MIRZA**

**NIM: G03217026**

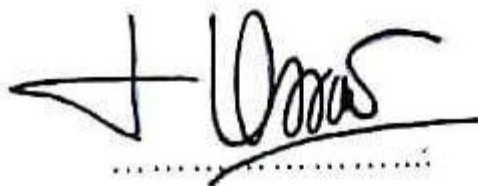
Telah dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal 20 Juli 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima


### Susunan dewan penguji

1. Deasy Tantriana, M.M  
NIP.198312282011012009  
(Penguji 1)
2. Muchammad Saifuddin, M.SM  
NIP. 198603132019031011  
(Penguji 2)
3. Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M.  
NIP. 198612132019032009  
(Penguji 3)
4. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM.  
NIP. 199305032019032020  
(Penguji 4)

### Tanda Tangan

.....  


.....  


.....  
  
.....  




LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MOH ILHAM MIRZA  
NIM : G03217026  
Fakultas/Jurusan : FEBI / MANAJEMEN  
E-mail address : ilhammirza117@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi     Tesis     Desertasi     Lain-lain (..... )  
yang berjudul :

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA MANAJEMEN UINSA SURABAYA DI SHOPEE

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 MARET 2025

Penulis



( MOH ILHAM MIRZA )

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Manajemen UINSA Surabaya Di Shopee” ini membahas tentang pengaruh langsung harga, kualitas pelayanan, dan Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan ialah data primer yang berasal dari kuesioner dengan menggunakan skala likert 1-5 yang bernilai positif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang berada di fakultas manajemen UINSA Surabaya yang pernah menggunakan aplikasi shopee. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *random sampling*. Teknik pengolahan data menggunakan uji validitas, uji realibilitas, analisis deskriptif, dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh harga, kualitas pelayanan dan brand ambassador berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa manajemen UINSA Surabaya di Shopee.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, *Brand Ambassador*, keputusan pembelian



## ***ABSTRACT***

The thesis entitled "The Influence of Price, Service Quality and Brand Ambassador on UINSA Surabaya Management Students' Purchasing Decisions at Shopee" discusses the direct influence of price, service quality and Brand Ambassador on purchasing decisions.

This type of research uses a quantitative approach. The type of data used is primary data which comes from a questionnaire using a Likert scale of 1-5 which has a positive value. The number of samples in this research was 100 respondents from the management faculty at UINSA Surabaya who had used the Shopee application. The sampling technique in this research used random sampling. Data processing techniques use validity tests, reliability tests, descriptive analysis, and classical assumption tests.

The research results simultaneously show that the influence of price, service quality and the Ambassador brand has a positive and significant effect on the purchasing decisions of UINSA Surabaya management students at Shopee.

Keywords: Price, Service Quality, Brand Ambassador, purchasing decisions

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ..... | ii                                  |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI/MUNAQOSAH .....   | ii                                  |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                      | iii                                 |
| SURAT PERNYATAAN .....                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| ABSTRAK.....                                 | vi                                  |
| KATA PENGANTAR.....                          | vii                                 |
| DAFTAR ISI.....                              | x                                   |
| BAB I PENDAHULUAN .....                      | 1                                   |
| A. LATAR BELAKANG .....                      | 1                                   |
| B. RUMUSAN MASALAH .....                     | 3                                   |
| C. TUJUAN PENELITIAN .....                   | 3                                   |
| D. MANFAAT PENELITIAN.....                   | 3                                   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                | 5                                   |
| A. LANDASAN TEORI .....                      | 5                                   |
| 1. Harga.....                                | 5                                   |
| 2. Kualitas Pelayanan .....                  | 11                                  |
| 3. Brand Ambassador .....                    | 15                                  |
| 2) Keputusan Pembelian .....                 | 18                                  |
| B. KERANGKA KONSEPTUAL.....                  | 23                                  |
| C. HIPOTESIS.....                            | 24                                  |
| BAB III METODE PENELITIAN .....              | 26                                  |
| A. JENIS PENELITIAN .....                    | 26                                  |
| B. WAKTU DAN TEMPAT .....                    | 26                                  |
| C. POPULASI DAN SAMPEL.....                  | 27                                  |
| 1. POPULASI.....                             | 27                                  |
| 2. SAMPEL.....                               | 27                                  |
| D. VARIABEL PENELITIAN .....                 | 28                                  |
| E. OPERASIONAL PENELITIAN .....              | 29                                  |
| F. UJI VALIDITAS DAN REHABILITAS.....        | 30                                  |
| G. JENIS DAN SUMBER DATA .....               | 31                                  |
| H. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....              | 31                                  |
| I. TEKNIK ANALISIS DATA.....                 | 33                                  |



|   |    |
|---|----|
| 1. UJI ASUMSI KLASIK.....   | 33 |
| 2. UJI HIPOTESIS.....   | 34 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN.....  | 37 |
| A. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....   | 37 |
| 1. Sejarah Singkat Shopee.....  | 37 |
| 2. Visi dan Misi shopee.....  | 38 |
| 3. Karakteristik Responden.....   | 38 |
| B. Analisis Hasil Penelitian.....   | 40 |
| 1. Uji Frekuensi Variabel Harga (X1) pada Shopee.....   | 40 |
| 2. Uji Frekuensi Variabel Brand Ambassador (X3) pada shopee.....  | 46 |
| 3. Uji Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada shopee.....  | 48 |
| C. Uji Validitas dan Realibilitas.....  | 51 |
| 1. Uji validitas dan realibilitas variabel harga (X1).....  | 52 |
| 2. Uji validitas dan realibilitas variabel kualitas pelayanan (X2).....   | 54 |
| 3. Uji validitas dan realibilitas variabel <i>Brand Ambassador</i> (X3).....  | 56 |
| 4. Uji validitas dan realibilitas variabel keputusan pembelian (Y).....   | 59 |
| D. Analisa Pengaruh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan <i>Brand Ambassador</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Mahasiswa Manajemen UINSA Surabaya di Shopee..... | 61 |
| 1. Uji Determinasi.....   | 64 |
| 2. Uji F.....   | 67 |
| 3. Analisis Koefisien Regresi.....  | 68 |
| BAB V PEMBAHASAN.....   | 71 |
| A. Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Shopee.....  | 71 |
| B. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Shopee  | 71 |
| C. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Shopee   | 72 |
| D. Pengaruh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan <i>Brand Ambassador</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.....  | 72 |
| BAB VI PENUTUP.....   | 73 |
| A. Kesimpulan.....  | 73 |
| B. Keterbatasan Penelitian.....   | 74 |
| C. Saran.....   | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA.....   | 76 |
| LAMPIRAN.....   | 78 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| tabel 2.1 penelitian Terdahulu Yang Relevan .....                      | 20 |
| Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....                                     | 29 |
| Tabel 3.2 Tabel kriteria jawaban dan skoring penilaian responden ..... | 33 |
| Tabel 4.1 Data Pengguna Shopee .....                                   | 39 |
| Tabel 4.2 Usia responden .....   | 39 |
| Tabel 4.3 Jumlah transaksi responden .....                             | 40 |
| Tabel 4.4 Keterjangkauan harga .....                                   | 40 |
| Tabel 4.5 Kesesuaian harga dengan kualitas produk .....                | 41 |
| Tabel 4.6 Kesesuaian harga dengan manfaat produk .....                 | 41 |
| Tabel 4.7 Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga .....    | 42 |
| Tabel 4.8 Potongan harga .....   | 42 |
| Tabel 4.9 Berwujud .....   | 43 |
| Tabel 4.10 Keandalan .....   | 44 |
| Tabel 4.11 Ketanggapan .....   | 44 |
| Empati .....   | 45 |
| Tabel 4.12 Empati .....  | 45 |
| Tabel 4.13 Keyakinan .....   | 46 |
| Tabel 4.14 Daya tarik .....  | 46 |
| Tabel 4.15 Dapat dipercaya .....                                       | 47 |
| tabel 4.16 keahlian .....  | 48 |
| Tabel 4.17 Pilihan produk .....  | 48 |
| TABEL 4.18 Pilihan penyalur .....                                      | 49 |
| Tabel 4.19 Waktu pembelian .....                                       | 49 |
| Tabel 4.20 Jumlah pembelian .....                                      | 50 |
| Metode pembayaran .....  | 51 |
| Tabel 4.21 Metode pembayaran .....                                     | 51 |
| Tabel 4.22 Case Processing Summary .....                               | 52 |
| Tabel 4.23 Reliability statistics .....                                | 53 |
| Tabel 4.24 Item Total Statistics .....                                 | 53 |
| Tabel 4.25 Case processing summary .....                               | 55 |
| Tabel 4.26 Reliability Statistics .....                                | 55 |
| Tabel 4.27 Item-Total Statistics .....                                 | 55 |

|                               |  |    |
|-------------------------------|--|----|
| Tabel 4.28                    | Case Processing Summary.....               | 57 |
| Tabel 4.29                    | Reliability statistics .....               | 57 |
| Tabel 4.30                    | Item-Total Statistics.....                 | 57 |
| Tabel 4.31                    | Case Processing Summary.....               | 59 |
| Tabel 4.32                    | Reliability statistics .....               | 59 |
| Tabel 4.33                    | Item Total Statistics .....                | 60 |
| Tabel 4.34                    | Hasil Perhitungan Standar Deviasi .....    | 61 |
| Tabel 4.35                    | Tabel Perhitungan Koefisien Kolerasi ..... | 62 |
| Tabel 4.36                    | perhitungan nilai VIF.....                 | 63 |
| Tabel 4.37                    | Tabel metode stepwise.....                 | 64 |
| Tabel 4.38                    | Model summary.....                         | 65 |
| Tabel 4.39                    | Model <i>summary</i> .....                 | 65 |
| Tabel 4.40                    | Model summary.....                         | 66 |
| Tabel 4.41                    | Model summary.....                         | 67 |
| Tabel 4.42                    | ANOVA.....                                 | 68 |
| Tabel 4.43                    | Coefficients .....                         | 68 |
| Tabel 3.3                     | Tabel Kuesioner Harga .....                | 79 |
| Tabel 3.4                     | Kuesioner Kualitas pelayanan .....         | 80 |
| Tabel 3.5                     | Kuesioner <i>Brand Ambassador</i> .....    | 81 |
| Tabel 3.6                     | Kuesioner Keputusan pembelian .....        | 82 |
| Tabel Hasil Jawaban Responden | (harga).....                               | 83 |
| Tabel Hasil Jawaban Responden | (kualitas pelayanan) .....                 | 86 |
| Tabel Hasil Jawaban Responden | ( <i>Brand Ambassador</i> ).....           | 89 |
| Tabel Hasil Jawaban Responden | (Keputusan Pembelian) .....                | 92 |

## DAFTAR PUSTAKA

- Payne, Adrian, *Kebijakan pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Savitri, Amilia. *Pengaruh Brand Awareness, Brand Personality dan Brand Culture terhadap Pembentukan Brand Image pada Anggota AIESEC Local Committee Universitas*, 2012.
- Annafik, Aldaan Faikar. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha, Jurnal Universitas Diponegoro, Semarang: 2012.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta, 2018
- Wibosono, Dermawa. *Manajemen Kinerja : Konsep Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*, Jakarta: Erlangga, 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi, 2012.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, Edisi Pertama, 2007.
- Greenwood, Gaynor Lea. *Fashion Marketing Communications*. Singapore: Markono Print Media, 2012.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Juliandi, A., Irfan. dan Manurung, S. *Metodologi Penelitian Bisnis-Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press. 2014.
- Kotler, dan Armstrong Kotler. *Principle of marketing* . Jakarta : PT. Indeks. 2014.
- Kotler, Philip. *Dasar-dasar Manajemen*, jilid I edisi ke tiga, intermedia, Jakarta, 2002.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Royan, Frans M. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2004.

Shimp, Terence. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran, Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta Erlangga, 2003.

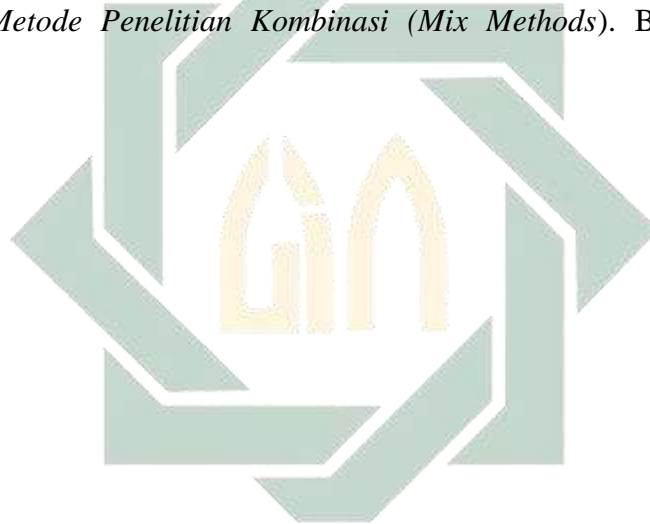
Swastha, Irawan dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta. 2008.

Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta : Bandung , 2012.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan P&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A