

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, DISKON DAN
GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP**

**(Studi Kasus Pengguna TikTok Shop di Desa Gagaan, Kecamatan
Kunduran, Kabupaten Blora)**



TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Diploma IV
(Serjana Terapan) Pada Program Diploma IV (Sarjana Terapan) Sekolah Vokasi
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

Amalia Husnul Khotimah

40011420650280

PROGRAM DIPLOMA IV (SARJANA TERAPAN)

AKUNTANSI PERPAJAKAN

DEPARTEMEN BISNIS DAN KEUANGAN

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Amalia Husnul Khotimah

Nomor Induk Mahasiswa : 40011420650280

Fakultas : Sekolah Vokasi

Program Studi : D4 Akuntansi Perpajakan

Judul Tugas Akhir/Skripsi : **PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*,**

DISKON DAN GRATIS ONGKIR

TERHDAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP

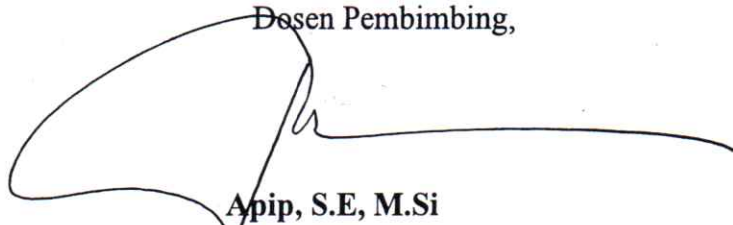
(Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop di

Desa Gagaan, Kecamatan Kunduran,

Kabupaten Blora)

Semarang, Juni 2024

Dosen Pembimbing,



Apip, S.E, M.Si

NIP. 197811162001121001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Amalia Husnul Khotimah

Nomor Induk Mahasiswa : 40011420650280

Fakultas : Sekolah Vokasi

Program Studi : D4 Akuntansi Perpajakan

Judul Tugas Akhir/Skripsi : **PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*,
DISKON DAN GRATIS ONGKIR
TERHDAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP**

**(Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop di
Desa Gagaan, Kecamatan Kunduran,
Kabupaten Blora)**

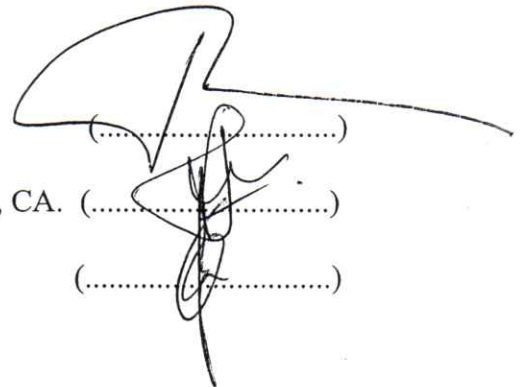
Tim dinyatakan lulus ujian pada tanggal

Tim Penguji

1. Apip, S.E, M.Si.

2. Rissa Anandhita, S.E., M.Ak., Ak., CA. (.....)

3. Rifki Adhi Prasetyo, S.E., M. Ak. (.....)



PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya Amalia Husnul Khotimah, menyatakan bahwa tugas akhir/skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, DISKON DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP (Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop di Desa Gagaan, Kecamatan Kunduran, Kabupaten Blora)”** yang disusun untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada Program Diploma IV (S1 Terapan) Akuntansi Perpajakan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro adalah hasil tulis saya sendiri.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tugas akhir/skrip ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik tugas akhir/skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, Juni 2024

Yang membuat pernyataan,

Amalia Husnul Khotimah

NIM. 40011420650280

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	II
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR/SKRIPSI.....	IV
DAFTAR ISI	V
DAFTAR GAMBAR	IX
DAFTAR TABEL.....	X
ABSTRAK	XI
ABSTRACT.....	XII
KATA PENGANTAR.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	12
Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.1.1.2 Indikator keputusan pembelian	13
2.1.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	17
2.1.2 Brand Ambassador	20
2.1.2.1 Definisi Brand Ambassador	20
2.1.2.2 Indikator Brand Ambassador.....	22
2.1.3 Diskon	23
2.1.3.1 Definisi Diskon	23
2.1.3.2 Indikator Diskon	24
2.1.4 Gratis Ongkir.....	27
2.1.4.1 Definisi Gratis Ongkir.....	27

2.1.4.2	Indikator Gratis Ongkir	28
2.1.5	Tiktok Shop	29
2.2	Penelitian Terdahulu.....	30
2.3	Kerangka Pemikiran.....	35
2.4	Hipotesis.....	36
2.4.1	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.4.2	Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.4.3	Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		41
3.1	Jenis Penelitian.....	41
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.2.1	Variabel Independen	43
3.2.2	Variabel Dependen	43
3.3	Populasi dan Sampel	45
3.3.1	Populasi	45
3.3.2	Sampel.....	46
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1	Sumber data	47
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.2.1	Observasi	48
3.4.2.2	Kuesioner.....	48
3.4.2.3	Studi Pustaka	50
3.5	Metode dan Teknik Analisis Data	50
3.5.1	Hasil Uji Instrumen	51
3.5.1.1	Uji Validitas.....	51
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	52
3.5.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	53
3.5.2.1	Uji Normalitas	53
3.5.2.2	Uji Heterosdastisitas.....	53
3.5.2.3	Uji Multikolinearitas	54
3.5.2.4	Uji Autokorelasi	54

3.5.3	Persamaan Regresi Linear Berganda.....	55
3.5.4	Hasil Uji Hipotesis	56
3.5.4.1	Uji persial (Uji t)	56
3.5.4.2	Uji Simultan (Uji f)	57
3.5.4.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1	Deskripsi Desa Gagaan	59
4.1.2	Deskripsi TikTok Shop	59
4.2	Analisis Data	60
4.2.1	Karakteristik Responden	60
4.2.1.1	Gambar Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.2.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
4.2.2	Hasil Analisis Data	63
4.2.3	Hasil Uji Instrumen	65
4.2.3.1	Uji Validitas.....	65
4.2.3.1	Uji Reliabilitas	67
4.2.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	68
4.2.4.1	Uji Normalitas	68
4.2.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.2.4.3	Uji Multikoleniaritas	70
4.2.4.4	Uji Autokorelasi	71
4.2.5	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	71
4.2.6	Hasil Uji Hipotesis	74
4.2.6.1	Uji simultan F.....	74
4.2.6.2	Uji parsial t.....	75
4.2.6.3	Uji koefisien determinasi	77
4.3	Pembahasan.....	78
4.3.1	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	78

4.3.2 Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
4.3.3 Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian	85
BAB V PENUTUP.....	90
5.1. Kesimpulan	90
5.2 Keterbatasan.....	91
5.3 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	100
LAMPIRAN I PraSurvey	100
LAMPIRAN II KUESIONER	104
Lampiran III Data Hasil Penelitian	110
Lampiran IV Hasil Olah Data SPSS	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Observasi Awal Penelitian	7
Gambar 2. 1 Skema Kerangka Berfikir	35

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pengukuran Variabel	43
Tabel 3. 2 Jumlah Warga.....	45
Tabel 3. 3 <i>scoring</i> Untuk Jawaban Kuesioner	49
Tabel 3. 4 Klasifikasi Tcr	50
Tabel 3. 5 Nilai Koefisiensi Reliabilitas	52
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4. 3 karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	63
Tabel 4. 5 skor Hasil Kuesioner.....	64
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	66
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikoleniaritas	70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4. 12 Hasil Uji Simultan(Uji F).....	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji T (Persial)	75
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi	77

ABSTRAK

Kemajuan teknologi pasca *covid-19* membuat segalanya menjadi lebih mudah. Salah satu teknologi pemasaran yang paling cepat berkembang saat ini adalah *online shope*. Perkembangan pemasaran digital di Indonesia menyebabkan banyak platform e-commerce saling bersaing satu sama lain. Tentu saja, tugas penyedia e-commerce adalah membuat pelanggan memutuskan untuk membeli layanan mereka.

Terkait hal tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Brand Ambassador*, Diskon, Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop di Desa Gagaan, Kecamatan Kunduran, Kabupaten Blora.

Populasi penelitian adalah pengguna Tiktok Shop di Desa Gagaan, Kecamatan Kunduran, Kabupaten Blora. Sampel penelitian yang digunakan adalah sejumlah 100 respon dan pengumpulan sampel menggunakan metode *purpose sampling* dengan rumus *solving* kemudian data akan diolah menggunakan *Satatisrical Product and Service Solitions* (SPSS).

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Ambassador* berpengaruh positif signifikan, Diskon Berpengaruh positif signifikan dan Gratis Ongkir berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, *Diskon*, *Gratis Ongkir* dan *keputusan pembelian*

ABSTRACT

Post-covid-19 technological advancements are making things easier. One of the fastest growing marketing technologies today is online shope. The development of digital marketing in Indonesia has caused many e-commerce platforms to compete with each other. Of course, the job of an e-commerce provider is to make customers decide to buy their services.

Related to this, the purpose of this study is to analyze the influence of Brand Ambassadors, Discounts, Free Shipping on Purchase Decisions on Tiktok Shop in Gagaan Village, Kunduran District, Blora Regency.

The study population was Tiktok Shop users in Gagaan Village, Kunduran District, Blora Regency. The research sample used is a total of 100 responses and sample collection using motede purpose sampling with a solving formula then the data will be processed using Satatisrical Product and Service Solitions (SPSS).

The results of this study show that Brand Ambassadors have a significant positive effect, Discounts have a significant positive effect and Free Shipping has a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords : *Brand Ambassador, Discount, Free Shipping and purchase decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, DISKON DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP (STUDI KASUS PENGGUNA TIKTOK SHOP DI DESA GAGAN, KECAMATAN KUNDURAN, KABUPATEN BLORA)”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat menyelesaikan Program Sarjana Terapan Akuntansi Perpajakan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Dalam proses penyusunan skripsi tentu penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan dan penyemangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT. atas berkah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi akhir ini.
2. Prof. Dr. Ir Budiyono, M.Si. selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang.
3. Drs. Dul Muid, M.Si., Akt., M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi Perpajakan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
4. Bapak Apip, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan meluangkan waktunya selama skripsi akhir ini sehingga penulis dapat menyelesaikan hingga akhir.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf administrasi program studi Akuntansi Perpajakan atas bantuan pengarah dan penyelesaian administrasi skripsi akhir ini.
6. Kedua orang tua tercinta Bapak Sutrisno dan Ibu Sri Untari serta keluarga besar yang memberikan dukungan dan mendoakan untuk penulis.

7. Sahabat-sahabat yang memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesah penulis saat *down* mengerjakan tugas akhir ini.
8. Rekan-rekan D4 Akuntansi Perpajakan angkatan 2020 yang memberikan motivasi dan bantuan dalam menyusun skripsi akhir ini.
9. Seluruh responden penelitian atas ketersediaan waktu dan tenaga dalam mengisi kuesioner penelitian untuk membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
10. Seluruh orang yang menghina dan merendahkan keluarga penulis karena hinaan kalian menjadi semangat penulis untuk selalu berjuang dan membuktikan bahwa penulis mampu melakukan.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang memberikan bantuan secara langsung dan dukungan bagi penulis dalam proses penyelesaian skripsi.