



**PENGARUH SHOPEE LIVE, BRAND AMBASSADOR K-POP
EXO, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK SCRALETT WHITENING DI E-
COMMERCE SHOPEE
(Studi Kasus Pada Konsumen Scralett Kota Semarang)**

SKRIPSI

Oleh:

Yunita Tri Arviani

NIM.201201008

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM, DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO
2024**



**PENGARUH SHOPEE LIVE, BRAND AMBASSADOR K-POP EXO, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK SCRALETT WHITENING DI E-COMMERCE SHOPEE**

(Studi Kasus Pada Konsumen Scralett Kota Semarang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

Oleh

Yunita Tri Arviani

201201008

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM, DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH SHOPEE LIVE, BRAND AMBASSADOR K-POP
EXO, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK SCRALETT WHITENING DI E-
COMMERCE SHOPEE**

(Studi Kasus Pada Konsumen Scralett Kota Semarang)

Disusun oleh :

Yunita Tri Arviani

201201008

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM, DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO UNGARAN**

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing dan telah diperkenankan untuk
diujikan

Ungaran, 26 Januari 2024

Pembimbing



Jaya Ramadaey Bangsa, S.E.,M.M.

NIDN.0623039201

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**PENGARUH SHOPEE LIVE, BRAND AMBASSADOR K-POP EXO, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK SCRALETT WHITENING DI E-COMMERCE SHOPEE
(Studi Kasus Pada Konsumen Scralett Kota Semarang)**

disusun oleh:

Yunita Tri Arviani

201201008

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Bisnis Digital,
Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo, pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 26 Januari 2024

**Tim Penguji
Ketua / Pembimbing**



Jaya Ramadaey Bangsa, S.E.,M.M.
NIDN.0623039201

Anggota / Penguji 1



Abdul Aziz,S.E.,M.M
NIDN.0626019301

Anggota / Penguji 2



Setya Indah Isnawati,S.I,Kom,M.M
NIDN.0623059302

Mengetahui

Ketua Program Studi Bisnis Digital



Jaya Ramadaey Bangsa, S.E.,M.M.
NIDN.0623039201

**Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum
dan Humaniora**



Budiatu, S.Pd., M.Pd.
NIDN.0607038201

PERNYATAAN ORISINILITAS

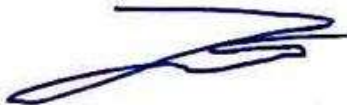
Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Yunita Tri Arviani
NIM : 201201008
Program Studi/ Fakultas : S1 Bisnis Digital / Fakultas Ekonomi Hukum
dan Humaniora

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi berjudul **“PENGARUH SHOPEE LIVE, BRAND AMBASSADOR K-POP EXO, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCRALETT WHITENING DI E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Pada Konsumen Scralett Kota Semarang)”**
2. ” adalah karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun di Perguruan tinggi manapun.
3. Skripsi ini merupakan ide dan hasil karya murni saya yang dibimbing dan dibantu oleh tim pembimbing.
4. Skripsi ini tidak memuat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan kecuali secara tertulis dicantumkan dalam naskah sebagai acuan dengan menyebut nama pengarang dan judul aslinya serta dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran di dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dan sanksi lain sesuai sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Ngudi Waluyo

Dosen Pembimbing



Jaya Ramadany Bangsa, S.E., M.M.
NIDN.0623039201

Ungaran, 26 Januari 2024
Yang Menyatakan



Yunita Tri Arviani
NIM.201201008

SURAT PENYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yunita Tri Arviani

NIM : 201201008

Tahun Kelulusan : Januari 2024

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul “*PENGARUH SHOPEE LIVE, BRAND AMBASSADOR K-POP EXO, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Konsumen Kota Semarang)*”. Hak Bebas Royalti ini memberikan hak bagi Prodi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo untuk menyimpan, alih media atau format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilih Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ungaran, 26 Januari 2024

Yang menyatakan,



Yunita Tri Arviani

RIWAYAT HIDUP

Nama	Yunita Tri Arviani
Tempat, Tanggal Lahir	Demak, 10 Juni 2002
Jenis Kelamin	Perempuan
Alamat	Luwuk Sidomulyo Rt 06 Rw 02 Kec. Dempet Kab.Demak
Alamat e-mail	yunitaviani68@gmail.com
Riwayat Pendidikan	1. SD Negeri Sidomulyo 2 (2011-2016) 2. SMP Negeri 3 Dempet (2016-2018) 3. SMA Negeri 1 Dempet (2018-2020)
Pengalaman Kerja	1. PT. Sumber Bintang Rejeki (2020-2021) 2. PT Ungaran Sari Garment (2022-2023)
Pelatihan/Seminar	1. The international webinar 2023 "digital transformation in the era technological disruption" 2. Workshop Nasional 2023 "Analisis Data dengan SMARTPLS: mengenal lebih dalam ke dunia Structural Equation Modelling (SEM)" 3. Seminar dan Sosialisasi "TIPS Menulis Tugas Akhir: Turnitin, Mendeley, dan VosViewer"

PRAKATA

Puji syukur yang mendalam penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Shopee Live*, *Brand Ambassador* K-Pop EXO, dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening di *E-Commerce* Shopee”. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Bisnis Digital pada Program Studi Sarjana Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo. Seiring dengan selesainya tugas akhir ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT
2. Prof. Dr. Subyantoro, M.Hum selaku rektor Universitas Ngudi Waluyo
3. Budiati, S.Pd., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo, Ungaran.
4. Jaya Ramadaey Bangsa, SE., MM. selaku Ketua Prodi S1 Bisnis Digital dan juga selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan hingga dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Universitas Ngudi Waluyo yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan dan seluruh staff yang bekerja di Universitas Ngudi Waluyo.

6. Orang Tua penulis tercinta dan Kakak-kakak tercinta yang telah memberikan semangat, dukungan dan doa serta memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
7. M. Miftah Umar Shodikin terimakasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Yang menemani, meluangkan waktu, tenaga, pikiran kepada penulis, dan memberikan semangat untuk terus maju tanpa kenal lelah dan kata menyerah dalam meraih apa yang menjadi impian penulis. Termakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
8. Saudara penulis, Shafira putri alidya terimakasih dukungan dan semangatnya selama ini.
9. Sahabat penulis Maria, Silva, dan Fera, terimakasih dukungan dan semangatnya selama ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu terimakasih atas segala bantuan untuk memudahkan menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya akhir dapat bermanfaat bagi kita semua.

Ungaran, 26 Januari 2024

Penulis,



Yunita Tri Arviani

Universitas Ngudi Waluyo
Program Studi S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora
Skripsi, 26 Januari 2024
YUNITA TRI ARVIANI
NIM.201201008

**PENGARUH SHOPEE LIVE, BRAND AMBASSADOR K-POP EXO, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK SCRALETT WHITENING DI E-COMMERCE SHOPEE
(Studi Kasus Pada Konsumen Scralett Kota Semarang)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Shopee Live*, *Brand Ambassador* k-pop EXO, dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening di *e-commerce* Shopee. Lokasi penelitian ini dilakukan pada konsumen Scarlett Whitening Kota Semarang. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif serta metode yang digunakan adalah penelitian survei dan penelitian pendekatan asosiatif. Instrumen utama penelitian ini adalah kuesioner dengan 100 responden yang menggunakan rumus Rao Purba. Pengumpulan data didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner pada konsumen Scarlett Whitening Kota Semarang yang dipilih secara purposive sampling. Pengolahan data menggunakan *software Microsoft Excel* dan IBM SPSS Versi 25. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menyimpulkan dari analisis data hasil uji F menunjukkan bahwa *Shopee Live*, *Brand Ambssador* K-Pop EXO, dan *Brand Image* berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening di *e-commerce* Shopee. Selanjutnya analisis data hasil uji T menunjukkan bahwa *Shopee Live* tidak memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening di *e-commerce* Shopee, sedangkan *Brand Ambassador* K-Pop EXO dan *Brand Image* memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening di *e-commerce* Shopee.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Shopee Live, Brand ambassador K-Pop EXO, Brand Image.

Ngudi Waluyo University
Digital Business Undergraduate Study Program, Faculty of Economics, Law and
Humanities
Thesis, 26 January 2024
YUNITA TRI ARVIANI
NIM. 201201008

**THE INFLUENCE OF SHOPEE LIVE, BRAND AMBASSADOR K-POP
EXO, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS ON SCRALETT
WHITENING PRODUCTS IN E-COMMERCE SHOPEE
(Case Study of Scralett Consumers in Semarang City)**

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of Shopee Live, EXO's k-pop Brand Ambassador, and Brand Image on purchasing decisions for Scarlett Whitening products on Shopee e-commerce. The location of this research was conducted on Scarlett Whitening consumers in Semarang City. This type of research uses quantitative research and the methods used are survey research and associative approach research. The main instrument of this research is a questionnaire with 100 respondents using the Rao Purba formula. Data collection was obtained by distributing questionnaires to Scarlett Whitening consumers in Semarang City who were selected using purposive sampling. Data processing uses Microsoft Excel and IBM SPSS Version 25 software. The data analysis used is multiple linear regression analysis. The research results concluded from the data analysis of the F test results showing that Shopee Live, Brand Ambssador K-Pop EXO, and Brand Image simultaneously had a positive influence on purchasing decisions for Scarlett Whitening products on e-commerce Shopee. Furthermore, data analysis of the T test results shows that Shopee Live does not have a partial positive influence on the decision to purchase Scarlett Whitening on Shopee e-commerce, while the K-Pop EXO Brand Ambassador and Brand Image have a partial positive influence on the decision to purchase Scarlett Whitening on e-commerce. Shopee commerce.

Keywords: Purchase decision, Shopee Live, EXO K-Pop Brand Ambassador, Brand Image.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINILITAS.....	i
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	ii
RIWAYAT HIDUP.....	iii
PRAKATA.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen	11
2.1.2. Shopee Live Streaming.....	12
2.1.3. Brand Ambassador.....	17
2.1.4. Brand Image.....	20
2.1.5. Keputusan Pembelian	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Rumusan Hipotesis.....	31
2.3.1. Hubungan Antar Variabel.....	31
2.3.2. Kerangka Konseptual.....	34
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Jenis Penelitian.....	36
3.2. Lokasi dan Periode Penelitian	36

3.3. Populasi dan Sampel	37
3.3.1. Populasi.....	37
3.3.2. Teknik Sampling.....	37
3.3.3. Teknik Penentuan Besar Sampel	39
3.4. Sumber Data	40
3.4.1. Sumber Data Primer:	40
3.4.2. Sumber Data Sekunder	40
3.5. Metode Pengumpulan Data	41
3.5.1. Kuesioner	41
3.5.2. Dokumentasi	41
3.5.3. Observasi	42
3.5.4. Studi Pustaka.....	42
3.6. Definisi Operasional Variabel Penelitian	42
3.6.1. Varibel Penelitian	42
3.6.2. Operasional Variabel	43
3.7. Metode Analisis Data	45
3.7.1. Analisis Deskriptif	46
3.7.2. Instrumen penelitian	46
3.7.3. Uji Instrumen	47
3.7.3.1 Uji Validitas	47
3.7.3.2 Uji Realiabilitas.....	48
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.4.1 Uji Normalitas	48
3.7.4.2 Uji Multikolinieritas.....	48
3.4.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.8 Uji Hipotesis.....	50
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.8.1.1. Uji F (Simultan)	51
3.8.1.2. Uji T (Parsial).....	51
3.8.1.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	54

4.1.1. Profil Singkat Scarlett Whitening	54
4.1.2. Logo Perusahaan	55
4.1.3. Produk Scarlett Whitening	56
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden	57
4.2.1. Umur Responden	58
4.2.2. Jenis Kelamin Responden	59
4.2.3. Pendidikan Terakhir Responden	59
4.3. Deskripsi Jawaban Responden	60
4.3.1. Deskripsi Jawaban Variabel Shopee Live (X_1).....	63
4.3.2. Deskripsi Jawaban Variabel Brand Ambassador K-Pop EXO (X_2) ...	64
4.3.3. Deskripsi Jawaban Variabel Brand Image (X_3).....	65
4.3.4. Deskripsi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	66
4.4. Analisis Data	67
4.4.1. Uji Instrumen	67
4.4.1.1. Uji Validitas	67
4.4.1.2. Uji Reliabilitas	70
4.4.2. Uji Asumsi Klasik.....	70
4.4.2.1. Uji Normalitas	70
4.4.2.2. Uji Multikolonieritas	71
4.4.2.3. Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.5. Pengujian Hipotesis	73
4.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda	73
4.5.1.1 Uji F (Simultan)	75
4.5.1.2. Uji T (Parsial).....	76
4.5.1.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78
4.6. Pembahasan	79
4.7. Implikasi Penelitian	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88