

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* MAUDY AYUNDA, *E-SERVICE*
QUALITY DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Survei pada Pengguna *E-commerce* Lazada di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari

Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

NISA ANNISA NURHIDAYANI

20210510045



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* MAUDY AYUNDA, *E-SERVICE* *QUALITY* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Survei pada Pengguna *E-Commerce* Lazada di Kabupaten Kuningan)

Oleh :

NISA ANNISA NURHIDAYANI

20210510045

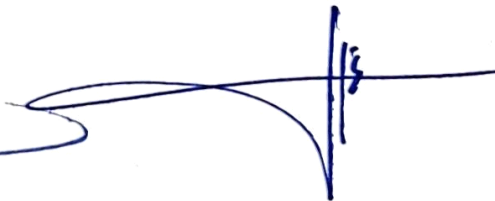
Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 18 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji :

Penguji I,

Penguji II,

Penguji III,



Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si
NIK. 41038971055

Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si
NIK. 41038971054



Neng Evi Kartika, S.E., M.M
NIK. 410108920248

LEMBAR PERSETUJUAN

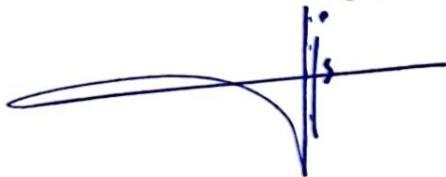
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* MAUDY AYUNDA, *E-SERVICE QUALITY* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Survei pada Pengguna *E-Commerce* Lazada di Kabupaten Kuningan)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

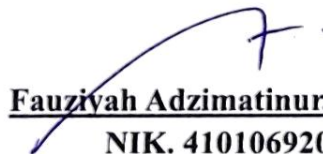
Kuningan, Juni 2025

Pembimbing I,



Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Pembimbing II,



Fauziyah Adzimatun, S.E., M.Si
NIK. 410106920218

Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen

Dr. Rina Masrurroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Ambassador* Maudy Ayunda, *E-Service Quality* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengguna *E-commerce* Lazada di Kabupaten Kuningan)”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Nisa Anhisa Nurhidayani
NIM. 20210510045

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah 2:286)

“Rasakan setiap proses yang kamu tempuh dalam hidupmu, sehingga kamu tahu betapa hebatnya dirimu sudah berjuang sampai detik ini”

PERSEMBAHAN

Tiada lembar paling indah dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti bakti saya kepada orang tua tercinta, keluarga, sahabat, serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Nisa Annisa Nurhidayani. 20210510045. Pengaruh *Brand Ambassador* Maudy Ayunda, *E-Service Quality* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengguna *E-commerce* Lazada di Kabupaten Kuningan). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. 2025. Dibimbing oleh : Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si dan Fauziyah Adzimatunur, S.E., M.Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah ada pengaruh *brand ambassador* Maudy Ayunda, *e-service quality* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Lazada. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 230 responden yang merupakan pengguna Lazada di Kabupaten Kuningan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala interval. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan *software* SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *Brand ambassador* Maudy Ayunda, *e-service quality* dan *online customer review* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (2) *Brand ambassador* Maudy Ayunda berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *e-commerce*, *brand ambassador*, *e-service quality*, *online customer review*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Nisa Annisa Nurhidayani. 20210510045. The Effect of Brand Ambassador Maudy Ayunda, E-Service Quality and Online Customer Review on Purchase Decision (Survei of Lazada Users in Kuningan Regency). Management Study Program, Faculty Economics and Business, University of Kuningan. 2025. Supervised : Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si and Fauziyah Adzimatinur, S.E., M.Si.

The purpose of study is to analyze whether brand ambassador Maudy Ayunda, e-service quality and online customer review influence purchase decisions on the e-commerce platform Lazada. This research used a quantitative approach. The sample was determined using a probability sampling technique with a total of 230 respondents who are Lazada users in Kuningan Regency. The data collection technique involved distributing questionnaires and measuring responses using an interval scale. Data were analyzed using multiple linier regression analysis with the help of SPSS 25 software. The results showed that (1) Brand ambassador Maudy Ayunda, e-service quality and online customer review simultaneously influence purchase decisions. (2) Brand ambassador Maudy Ayunda had a positif and significant effect on purchase decisions. (3) E-service quality had a positif and significant effect on purchase decisions. (4) Online customer review had a positif and significant effect on purchase decisions.

Keywords : e-commerce, brand ambassador, e-service quality, online customer reviews, purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador* Maudy Ayunda, *E-Service Quality* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengguna *E-commerce* Lazada di Kabupaten Kuningan)”. Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi ini mendapat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna baik dari segi tata bahasa, teknik penulisan maupun bentuk ilmiahnya. Namun, penulis berharap agar tujuan dari skripsi ini tercapai. Penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan ataupun kekurangan dalam skripsi ini, serta diharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Kuningan, Juni 2025

Penulis

Nisa Annisa Nurhidayani
NIM. 20210510045

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, semangat dan motivasi dari berbagai pihak yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih yang ditujukan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta. Kepada cinta kasih dan pintu surgaku, Ibunda tersayang *Almarhumah* Wiwin Wintarsih S.Pd., keinginan dan amanahmu sudah saya wujudkan. Kepada cinta pertama dan panutanku, Ayahanda tersayang Nono Suwarno S.Pd., terima kasih karena telah melangitkan doa-doa baik demi studi putri kecilmu. Saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar ini untuk Ibu dan Bapak tercinta.
2. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan dan membantu serta mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi ini, semoga Allah SWT senantiasa membalas dengan keberkahan yang mulia.
3. Fauziah Adzimatun S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan membantu serta mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi ini, semoga Allah SWT senantiasa membalas dengan keberkahan yang mulia.
4. Iqbal Arranisi, S.E.I., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
7. Enung Nurhayati, S.E., Ak., M.Si., CA. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan dan Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama perkuliahan. Dan seluruh Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan atas bantuan dan kerjasamanya.
9. Kakak tersayang, Agung Janupringadi S.Kom, yang selalu memberikan dukungan moril dan materil, serta senantiasa mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Keluarga besar Alim Priyatno dan Armasaja, yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman “Budaya”, yaitu Leni Riyani, Hania Oktovyalita, Khofifah Dwi Cahyani, Santi Nuraina, Seli Rosalina dan Deby Mutia Wianda Rahayu yang telah menemani penulis dalam menyelesaikan pendidikan di jurusan ini. Terima kasih atas petualangan yang luar biasa, kenangan canda dan tawa yang sangat menyenangkan dan berkesan bagi penulis.
12. Teman-teman “Wacana”, yaitu Dahlia, Fadillah Gustiani, Indah Marthia Sundari, Jihan Nurshofa Kamila dan Pasya Komala Hizriastuti. Meskipun saat ini kita sedang menempuh pendidikan di jalannya masing-masing, tetapi terima kasih sudah menjadi tempat bercerita keluh kesah penulis dari sejak SMP hingga saat ini.
13. Teman-teman “Gak Roasting Gak Asik”, yaitu Herlina Maulida, Listya Eka Pratiwi dan Ristiani Lucian Utami yang selalu membantu, memberikan dukungan dan meyakinkan penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Sahabat yang penulis sayangi, yaitu Feby Artias Sundawa yang selalu saling memberikan dukungan dari sejak SMA hingga saat ini.
15. Keluarga Manajemen 2021-05, teman-teman KKN Pananggapan dan teman-teman PPL RSUD EL-SYIFA khususnya bidang farmasi, tak lupa rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen. Terima kasih atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

17. Terakhir, kepada seorang perempuan sederhana dengan impian yang tinggi, tetapi sering kali sulit ditebak isi pikiran dan hatinya. Terima kasih kepada penulis skripsi ini yaitu diri saya sendiri, Nisa Annisa Nurhidayani. Terima kasih telah bertahan sejauh ini dan terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Terima kasih karena tetap berani menjadi dirimu sendiri untuk setiap langkah kecil yang kamu ambil dan atas semua pencapaian yang mungkin tak selalu dirayakan orang lain. Walaupun terkadang harapanmu tidak sesuai dengan apa yang semesta berikan, tetapi tetaplah belajar menerima dan mensyukuri apapun yang kamu dapatkan. Jangan pernah lelah untuk tetap berusaha, berbahagialah dimanapun kamu berada. Rayakan apapun dalam dirimu dan jadikan dirimu bersinar dimanapun tempatmu bertumpu. Semoga setiap langkah dari kaki kecilmu selalu diberikan kekuatan dan dikelilingi oleh orang-orang yang hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab.

Terima kasih kepada semua pihak yang sudah memberikan bantuannya, semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Aamiin. Semoga karya tulis ilmiah ini dapat menambah wawasan dan bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Teoritis	9
1.4.2 Praktis	9
BAB II	11
LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen	13
2.1.3 Keputusan Pembelian	14
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2.1.3.2 Faktor-faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
2.1.3.3 Dimensi Keputusan Pembelian	16
2.1.3.4 Indikator Keputusan Pembelian	18
2.1.4 <i>Brand Ambassador</i>	20
2.1.4.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	20

2.1.4.2 Faktor-faktor Mempengaruhi <i>Brand Ambassador</i>	21
2.1.4.3 Dimensi <i>Brand Ambassador</i>	22
2.1.4.4 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	23
2.1.5 <i>E-Service Quality</i>	24
2.1.5.1 Pengertian <i>E-Service Quality</i>	24
2.1.5.2 Faktor-faktor Mempengaruhi <i>E-Service Quality</i>	25
2.1.5.3 Dimensi <i>E-Service Quality</i>	25
2.1.5.4 Indikator <i>E-Service Quality</i>	26
2.1.6 <i>Online Customer Review</i>	28
2.1.6.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	28
2.1.6.2 Faktor-faktor Mempengaruhi <i>Online Customer Review</i>	29
2.1.6.3 Dimensi <i>Online Customer Review</i>	30
2.1.6.4 Indikator <i>Online Customer Review</i>	31
2.1.7 Hubungan Antar Variabel	33
2.1.7.1 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> , <i>E-Service Quality</i> , dan <i>Online Customer Review</i> dengan Keputusan Pembelian	33
2.1.7.2 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda dengan Keputusan Pembelian	34
2.1.7.3 Hubungan <i>E-Service Quality</i> dengan Keputusan Pembelian	35
2.1.7.4 Hubungan <i>Online Customer Review</i> dengan Keputusan Pembelian	36
2.1.8 Penelitian Terdahulu	37
2.2 Kerangka Berpikir	41
2.3 Hipotesis	44
BAB III	45
METODE PENELITIAN	45
3.1 Metode Penelitian	45
3.2 Operasional Variabel	45
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.3.1 Populasi	48
3.3.2 Sampel	48
3.4 Jenis dan Sumber Data	49
3.4.1 Jenis Data	49
3.4.2 Sumber Data	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50

3.6 Uji Instrumen.....	51
3.6.1 Uji Validitas.....	51
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7 Teknik Analisis Data	57
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	57
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.7.2.1 Uji Normalitas	59
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	59
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	60
3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)	61
3.7.5 Uji hipotesis	61
3.7.5.1 Uji F (Simultan)	62
3.7.5.2 Uji t (Parsial).....	63
BAB IV	65
HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Hasil Penelitian.....	65
4.1.1 Gambaran Karakteristik Responden	65
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	67
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.1.3.1 Uji Normalitas	77
4.1.3.2 Uji Multikolinearitas	78
4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	79
4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.1.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81
4.1.6 Uji Hipotesis	82
4.1.6.1 Uji F (Simultan)	82
4.1.6.2 Uji t (Parsial).....	83
4.2 Pembahasan	84
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda, <i>E-Service Quality</i> , dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.2.3 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.2.4 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	88

BAB V.....	89
KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung <i>E-commerce</i> pada Q1-Q4 Tahun 2020-2023.....	3
Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Terhadap Responden.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.2 Skala Interval	50
Tabel 3.3 Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda (X1).....	52
Tabel 3.4 Uji Validitas <i>E-Service Quality</i> (X2).....	53
Tabel 3.5 Uji Validitas <i>Online Customer Review</i> (X3)	54
Tabel 3.6 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	55
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	56
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	66
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Uang saku/Penghasilan	67
Tabel 4.5 Data Rata-rata Variabel <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda (X1)	68
Tabel 4.6 Data Rata-rata Variabel <i>E-Service Quality</i> (X2).....	70
Tabel 4.7 Data Rata-rata Variabel <i>Online Customer Review</i> (X3)	72
Tabel 4.8 Data Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	77
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	79
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	80
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81
Tabel 4.14 Uji F (Simultan)	82
Tabel 4.15 Uji t (Parsial).....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi <i>E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2019-2024.....	1
Gambar 1.2 Fitur <i>Online Customer Review</i> Lazada.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 4.1 Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda (X1)	69
Gambar 4.2 Deskriptif Variabel <i>E-Service Quality</i> (X2).....	72
Gambar 4.3 Deskriptif Variabel <i>Online Customer Review</i> (X3)	74
Gambar 4.4 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	76

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuesioner
Kuesioner
Pernyataan Kuesioner
Penyebaran Kuesioner Menggunakan *Google Form*
- Lampiran III : Data Hasil Karakteristik Responden
Data Hasil Kuesioner
- Lampiran IV : Output Perhitungan SPSS Statistic 25
- Lampiran V : Tabel F (taraf signifikansi 0,05)
Tabel t (taraf signifikansi 0,05)
Tabel r (taraf signifikansi 0,05)
- Lampiran VI : Riwayat Hidup Penulis