PENGARUH *CUSTOMER REVIEW* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Survei Pada Pengguna *E-commerce* Lazada di Kabupaten Majalengka)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh:

RITA RIANA SAPUTRI

NIM. 20220510128

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CUSTOMER REVIEW* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Survei Pada Pengguna *E-commerce* Lazada di Kabupaten Majalengka)

Disusun Oleh:

RITA RIANA SAPUTRI

20220510128

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 22 Juni 2026 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian dari 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,
Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M. Si	**Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M**	**Faishal Rahimi, S.E., M.M**
NIK. 41038971054	**NIK. 410106910232**	**NIK. 410110920236**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *CUSTOMER REVIEW* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Survei Pada Pengguna *E-commerce* Lazada di Kabupaten Majalengka)

Disusun oleh:

RITA RIANA SAPUTRI

20220510128

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juli 2026

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M	**Micki Watulandi, S.E., M.M**
NIK. 410106910232	**NIK. 41038091295**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,	Kepala Program Studi Manajemen,
Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si	**Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M**
NIK. 41038971054	**NIK. 410104930220**

PERNYATAAN OTENSITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"PENGARUH *CUSTOMER REVIEW* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUT USAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei pada pengguna *e-commerce* Lazada di Kabupaten Majalengka)"** Beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan tidak melakukan penjiplakan ataupun pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yag berlaku. 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 ini.

Kuningan, Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan,



RITA RIANA SAPUTRI

NIM. 20220510128

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Rasakanlah setiap proses yang kamu tempuh dalam hidupmu, sehingga kamu tau betapa hebatnya dirimu sudah berjuang sampai detik ini"

PERSEMBAHAN

" Karya ini aku persembahkan untuk Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan, jalan, dan pertolongan untuk diriku, kemuadia untuk orang tuaku yang telah tetap berjuang dan tidak pernah menyerah akan masa depan anaknya, serta doa, dukungan yang selalu diberikan kepadaku, hingga aku mampu menyelesaikannya, untuk sahabat-sahabatku yang elah memberikan motivasi dan *support* yang luar biasa serta untuk diriku sendiri."

ABSTRAK

RITA RIANA SAPUTRI. 20220510128. 2026 "*PENGARUH CUSTOMER REVIEW* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei Pada Pengguna E-commerce Lazada di Kabupaten Majalengka)" Pembimbing I Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. Pembimbing II Micki Watulandi, S.E., M.M. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya keputusan pembelian konsumen pada platform *e-commerce* Lazada di Kabupaten Majalengka di tengah persaingan e-commerce yang semakin ketat, dengan *customer review* dan brand ambassador sebagai faktor yang diduga berpengaruh melalui *brand trust*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh customer review dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian dengan brand trust sebagai variabel mediasi pada pengguna e-commerce Lazada di Kabupaten Majalengka. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 180 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarkan melalui Google Form. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust,* (2) *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust* (3) *customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (5) *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (6) *brand trust* mampu memediasi pengaruh *customer review* terhadap keputusan pembelian, serta (7) *brand trust* mampu memediasi pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Lazada di Kabupaten Majalengka.

Kata Kunci : *Customer Review, Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian, *Brand Trust.*

ABSTRACT

RITA RIANA SAPUTRI. 2026. "THE INFLUENCE OF CUSTOMER REVIEW AND BRAND AMBASSADOR ON PURCHASE DECISIONS THROUGH BRAND TRUST AS A MEDIATING VARIABLE (Survey on Lazada E-commerce Users in Majalengka Regency)" Supervisor I Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. Supervisor II Micki Watulandi, S.E., M.M. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Kuningan.

This research is motivated by the decline in consumer purchase decisions on the Lazada e-commerce platform in Majalengka Regency amid increasingly intense e-commerce competition, with customer reviews and brand ambassadors as factors suspected to have an influence through brand trust. This study aims to analyze the effect of customer reviews and brand ambassadors on purchase decisions with brand trust as a mediating variable among Lazada e-commerce users in Majalengka Regency. This research employed a quantitative method with a sample of 180 respondents selected through purposive sampling technique, and data collection was conducted using a questionnaire distributed via Google Form. The data analysis technique used was Structural Equation Modelling (SEM) with the assistance of AMOS 23 software. The results of the study indicate that: (1) customer reviews have a positive and significant effect on brand trust, (2) brand ambassadors have a positive and significant effect on brand trust, (3) customer reviews have a positive and significant effect on purchase decisions, (4) brand ambassadors have a positive and significant effect on purchase decisions, (5) brand trust has a positive and significant effect on purchase decisions, (6) brand trust is able to mediate the effect of customer reviews on purchase decisions, and (7) brand trust is able to mediate the effect of brand ambassadors on purchase decisions on the Lazada e-commerce platform in Majalengka Regency.

Keywords: ***Customer Review, Brand Ambassador, Purchase Decision, Brand Trust.***

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Karena atas rahmat dan karunia-Nya lah sehingga skripsi yang disajikan dengan judul **"Pengaruh *Customer review* Dan *Brand ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand trust* Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pengguna *E-Commerce* Lazada Di Kabupaten Majalengka)"** dapat diselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengikuti ujian pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Proses Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing I Bapak Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. dan dosen pembimbing II Bapak Micki Watulandi, SE., MM. Orang tua, serta pihak-pihak terkait yang telah memberikan bantuan dan motivasi kepada peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan ketentuanyang berlaku.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran sebagai bahan perbaikan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Kuningan, Juli 2026

Penulis,

Rita Riana Saputri

NIM. 20220510128

UCAPAN TERIMAKASIH

Bismillahirrahmanirrahim...

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga peulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kerendahan dan kesabaran yang luar biasa.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Teristimewa, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Ayah Nana Kurnia dan Ibu Elin Marlina, dua sosok yang paling berjasa dalam kehidupan penulis, Meskipun Ayah dan Ibu tidak berkesempatan menempuh pendidikan hingga bangku perkuliahan, keduanya selalu mengupayakan agar anak-anaknya dapat menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Dengam segala keterbatasan yang ada, Ayah dan Ibu selalu menjadi sumber kekuatan, penguat langkah, dan tempat kembali bagi penulis dalam setiap proses yang dijalani. Sebagai anak ketiga, pernulis bersyukur dan bangga dapat menyelesaikan pendidikan sarjana sebagai lulusan pertama di keluarga. Setiap cucuran keringat, kerja keras, dan tanggung jawab Ayah dalam menafkahi keluarga menjadi jalan bagi penulis untuk dapat mengenyam pendidikan hingga tahap ini, sekaligus menjadi teladan tentang arti keteguhan dan tanggung jawab. Ibu senantiasa menghadirkan doa, motivasi, nasihat dan kasih sayang tanpa batas yang terus mengiringi setiap langkah dan ikhtiar penulis, dengan kesabaran dan pengorbanan yang tak pernah terhitung. Seluruh dukungan, perhatian serta keikhlasan Ayah dan Ibu menjadi sumber kekuatan, inspirasi, serta pelita yang senantiasa menerang perjalanan penulis dalam menyelesaikan pendidikan sarjana ini semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, umur yang panjang, serta membalas seluruh kebaikan, pengorbanan, dsn keikhlasan Ayah dan Ibu dengan pahala yang berlipat ganda.

2. Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I dan Micki Watulandi, SE., MM. selaku dosen pembimbing II. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala waktu ilmu, kesabaran, arahan, dan bimbingan yang telah Bapak berikan dengan tulus kepada penulis selama proses penyusuanan skripsi ini hingga selesai.
3. Faishal Rahimi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik arahan, bimbingan, nasihat, dan motivasi kepada penulis sejak awal perkuliahan hingga masa penyelesaian studi ini.
4. Dr. Munir Nur Komarrudin, S. Pd., MM. Selaku kepala studi Manajemen
5. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan, atas segala kebijakan, dukungan, dan fasilitas yang telah diberkan selama penulis menempuh pendiidkan, sehingga penulis dapat menyelsaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
7. Terima kasih penulis sampaikan kepada kakak-kakak penulis beserta istri, Ade Fikriyana dan Shintia Husnu Siva, serta Riki Riansyah dan Ulpah. Dukungan, perhatian, doa, serta semangat yang senantiasa diberikan baik secara moril maupun materil, menjadi penyemangat bagi penulis dalam menempuh proses perkuliahan serta menyelesaikan pendidikan dengan secra sebaik-baiknya.
8. Penulis juga mengucpkan terima kasih kepada adik dan keponakan tersayang , Muhammad Dafa Maulana, Bianca Khiandra Qalesya dan Raqueenza Zevania Gifasya. Kehadiran kalian dengan tawa, keceriaan, dan kepolosan sering kali menjadi penghibur ditengah proses penyusunan skripsi ini. Semoga kalian tumbuh menjadi pribadi pribadi yang baik dan memiliki semangat belajar yang tinggi. Seperti lirik lagu Nina-Feast "*Tumbuh lebih baik, cari panggilanmu, jadi lebih baik, dibanding diriku."*
9. Terima kasih kepada seluruh keluarga besar atas doa dan dukungan yang telah diberikan selama proses perkuliahan.

10. Sandy Ardiansyah terima kasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Yang meneman, meluangkan waktu, tenaga, pikiran ataupun materi kepada penulis danmemberi semnagat untuk terus maju tanpa kenal lelah kata menyerah dalam segala hal dalam meraih apa yang menjadi impian penulis. Terima kasih telah menjadi sosok rumah yang selalu ada untuk saya dan menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
11. Untuk Ine sintiawati, sahabat dari kecil hingga kini. Terima kasih telah menjadi rumah tempatku pulang dan berbagi keluh kesah. Dukunganmu sejak kita masih bermain bersama hingga aku menyelesaikan tahap ini sangat berarti. Semoga persahabatan kita terus terjalin hingga kita sukses bersama.
12. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan penulis, Sopiah, yang selalu ada dalam suka dan duka selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap diskusi, motivasi, bantuan, serta tawa dan air mata yang kita bagi bersama. Perjuangan ini terasa lebih ringan karena kita melaluinya bersama-sama.
13. Teruntuk sahabat baikku, Dina Nurilahi, terima kasih atas kebersamaan yang kurang lebih 9 tahun ini. Semoga persahabatan ini senantiasa semakin membaik dan mendatangkan hal-hal baik.
14. Seluruh responden penelitian yang tidak dapat penulis sebutkan satuper satu, terimakasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan waktu, bantuan dalam mengisi kuesioner penelitian ini. Partisipasi dan data yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan sangat berharga bagi kelancaran dan penyelesaian skripsi ini.
15. Terakhir, Teima kasih untuk diri sendiri, Rita Riana Saputri, yang telah berjuang dengan sangat luar biasa hingga detik ini. Terima kasih karena tidak pernah menyerah, tetap kuat meleati setiap proses, revisi, dan rasa lelah, serta selalu percaya bahwa kamu mampu menyelesaikan apa yang telah kamu mulai. *You did a great job!*.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN
LEMBAR PRSETUJUAN
PERNYATAAN OTENTISITAS
MOTTO DAN PERSEMBAHAN
ABSTRAK ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
UCAPAN TERIMAKASIH ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang **1**
1.2 Rumusan Masalah **12**
1.3 Tujuan Penelitian **13**
1.4 Manfaat Penelitian **13**
1.4.1 Manfaat Teoritis 13
1.4.2 Manfaat Praktis 14
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR, DAN HIPOTESIS **15**
2.1 Landasan Teori **15**
2.1.1 Manajemen Pemasaran 15
2.1.2 Perilaku Konsumen 16
2.1.3 Keputusan Pembelian 16
2.1.4 *Customer review* 23
2.1.5 *Brand ambassador* 30
2.1.6 *Brand trust* 35
2.1.7 Penelitian Terdahulu 38

2.1.8 Hubungan Antar Variabel 44
2.2 Kerangka Pemikiran **49**
2.3 Hipotesis **51**
BAB III METODE PENELITIAN 53
3.1 Metode Penelitian **53**
3.2 Operasional Variabel **53**
3.2.1 Variabel Independen 54
3.2.2 Variabel Dependen 55
3.2.3 Variabel Mediasi 55
3.3 Populasi dan Sampel **59**
3.3.1 Populasi 59
3.3.2 Sampel 59
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data **60**
3.5 Uji Instrumen **62**
3.5.1 Uji Validitas 62
3.5.2 Uji Reliabilitas 65
3.6 Metode Analisis Data **67**
3.6.1 Analisis Deskriptif 68
3.6.2 Uji SEM (*Structural Equation Modelling*) 69
3.6.3 Teknik Analisis 70
3.7 Pengujian Hipotesis **79**
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 81
4.1 Hasil Penelitian **81**
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 81
4.1.2 Teknik Analisis Data dan Pengujian Model 94
4.1.3 Pengujian Asumsi SEM 101
4.1.4 Uji Hipotesis 109
4.2 Pembahasan **112**
4.2.1 Pengaruh *Customer Review* terhadap *Brand Trust* 112
4.2.2 Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap *Brand Trust* 112
4.2.3 Pengaruh *Customer Review* terhadap Keputusan pembelian 113

4.2.4 Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian . 113
4.2.5 Pengaruh *Brand Trust* terhadap keputusan Pembelian..... 114
4.2.6 Pengaruh Tidak langsung *Customer review* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand trust*..... 114
4.2.7 Pengaruh Tidak Langsung *Brand ambassador* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand trust*..... 115
BAB V PENUTUP.....117
5.1 Kesimpulan..... 117
5.2 Saran 118
DAFTAR PUSTAKA..... 120
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data hasil pra- survei kepada 30 Responden 4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 38
Tabel 3. 1 Operasional Variabel 56
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel *Customer review* 62
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel *Brand Ambassador* 63
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel *Brand Trust* 64
Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian 64
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Variabel *Customer Review* 66
Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas Variabel *Brand Ambassador* 66
Tabel 3. 9 Uji Reliabilitas Variabel *Brand Trust* 67
Tabel 3. 10 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian 67
Tabel 3. 11 Variabel Eksogen dan Endogen 72
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 83
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia 84
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan 85
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan 85
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Jumlah rata-rata belanja online Per bulan 86
Tabel 4. 6 Brdasarkan Asal daerah 87
Tabel 4. 7 Nilai indeks variabel customer review 89
Tabel 4. 8 Nilai indeks variabel brand ambassador 90
Tabel 4. 9 nilai indeks variabel keputusan pembelian 92
Tabel 4. 10 nilai indeks variabel brand trust 93
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Eksogen 95
Tabel 4. 12 Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Eksogen 96
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Kelayakan Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Endogen 97
Tabel 4. 14 Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Endogen 98
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Kelayakan Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Endogen 99

Tabel 4. 16 Analisis Faktor Konfirmatory Full Model 100
Tabel 4. 17 Assessment of normality 101
Tabel 4. 18 Evaluasi Outliers *Observations Farthest from the centroid (mahalonis distancce)* 103
Tabel 4. 19 Reliability Contruct dan Variance Extract 108
Tabel 4. 20 Pengujian Hipotesis 109
Tabel 4. 21 Pengaruh Tidak Langsung 111
Tabel 4. 22 Pengaruh Langsung *Standarized Direct Effect* 116
Tabel 4. 23 Pengaruh Langsung *Standarized Total Effect* 116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah tingkat penetrasi di Indonesia 2018 -2025 1
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna *E-commerce* di Indonesia (2020-2024) 2
Gambar 1. 3 Komparasi *Brand Index E-commerce* Tahun 2020-2024 3
Gambar 1. 4 Fitur *Customer review* 7
Gambar 2. 1 Paradigma penelitian 51
Gambar 4. 1 Logo Lazada 82
Gambar 4. 2 Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Eksogen 95
Gambar 4. 3 Analisis Faktor Konfirmatory Variabel Endogen 97
Gambar 4. 4 Analisis Full Model 99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Berita Acara Bimbingan

Lampiran II : Surat Permohonan Pengisian Angket Penelitian

Lampiran III : data Hasil Perhitungan Kuesioner

Lampiran IV : Pengujian Model Analisis Full model *structural Equation Modeling* (SEM)

Lampiran V : Daftar Riwayat Hidup