

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarism atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 3 Juli 2023



MUNASAROH
NIM 191410114

ABSTRAK

Nama: MUNASAROH, NIM: 191410114, Judul Skripsi: Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Brand Ambassador, Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2019)

Permasalahan yang terjadi akibat ketidakpuasan terhadap *e-commerce* Shopee pada saat berbelanja serta perusahaan harus bersaing antar *e-commerce* untuk mendapatkan konsumen dan minat beli. Sehingga perusahaan harus meningkatkan *brand image*, *brand trust*, dan *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah 1. Pengaruh brand image terhadap minat beli masyarakat pada *E-Commerce* Shopee?, 2. Pengaruh brand trust terhadap minat beli masyarakat pada *E-Commerce* Shopee?, 3. Pengaruh Brand Ambassador terhadap minat beli masyarakat pada *E-Commerce* Shopee?.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pengguna *E-commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2019).

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat survei dan korelasional. Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena data yang dikumpulkan berupa angka. Data yang digunakan adalah data primer berupa kuisioner yang dibagikan ke responden dengan metode purposive sampling untuk menentukan sampel.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa terdapat terdapat pengaruh positif dan signifikan brand image, brand trust, dan brand ambassador terhadap minat beli, perhitungan F_{hitung} yaitu 25,612 maka $F_{hitung} 25,612 > F_{tabel} 2,50$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. variabel Brand Image, Brand Trust, dan Brand Ambassador berpengaruh secara simultan dan satu sama lain saling mempengaruhi terhadap minat beli.

Kata Kunci : Brand Image, Brand Trust, Brand Ambassador, dan Minat Beli



**LEMBAR USULAN UJIAN MUNAQASYAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Jl. Syekh Nawawi Al-Bantani Kp. Andamu'i Ds. Sukajaya Kec.
Curug Kota. Serang - Banten. Telp. (0254) 2003323 Fax. (0254) 200022

Nomor : Nota Dinas
Lamp : 1 (satu) eksemplar
Hal : **Ujian Munaqasyah**
a.n. Munasaroh
NIM. 191410114

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam
UIN SMH BANTEN
di-
Serang

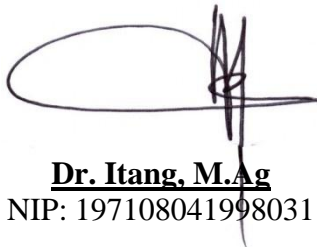
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisis serta mengadakan koreksi seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara Nama: **Munasaroh, NIM: 191410114**, Yang Berjudul ***"Pengaruh Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Brand Ambassador, Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2019)"***, diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqasyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas segala perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.


Serang, 3 Juli
2023

Pembimbing I



Dr. Itang, M.Ag
NIP: 197108041998031

Pembimbing II,



Mochammad Indrajit Roy, M.M
NIP: 198011292015031001

PERSETUJUAN

PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE

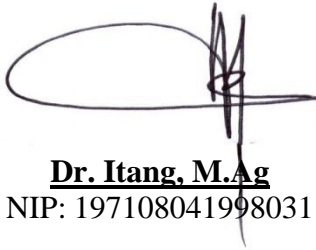
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana
Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2019)

Oleh:

MUNASAROH
NIM. 191410075


Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Itang, M.Ag
NIP: 197108041998031

Pembimbing II,



Mochammad Indrajit Roy, M.M
NIP: 198011292015031001


Mengetahui

Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, M.SI.
NIP. 196402121991032003

Ketua
Jurusan Ekonomi Syariah



Mukhlisotul Jannah, SE., M.M., M.Ak.
NIP. 197408222005012003

PENGESAHAN

Skripsi a.n Munasaroh, NIM: 191410114, Yang Berjudul “*Pengaruh Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Brand Ambassador, Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2019)*”, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tahun 2023. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang,

2023

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota



Dr. Wazin, M.S.I.

NIP. 19632251990031005

Sekretaris Merangkap Anggota



Rasidah Novita Sari, M.E.

NIP. 198811162022032001

Anggota-anggota,

Penguji I



Aan Ansori, S.Kom., M.M.

NIP. 197310152007011027

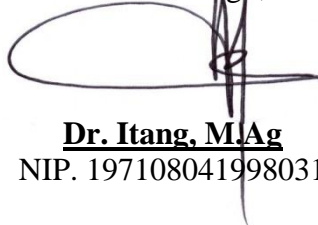
Penguji II



Ikin Ainul Yakin, M.E.

NIP. 2021079002

Pembimbing I,



Dr. Itang, M.Ag

NIP. 197108041998031

Pembimbing II,



Mochammad Indraji Roy, M.M

NIP: 198011292015031001

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur ke hadirat Allah subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan rahmat dan taufiq-Nya, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua, ayahanda Mahmudin dan ibu Junariah, yang telah memberikan kasih sayang, dukungan maupun do'a yang tak pernah henti. Atas perjuangan mereka pula sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik, sebagai salah satu bentuk bakti terhadap mereka.

Keluarga, sahabat, teman, dan semua pihak yang terlibat dalam proses ini. Terima kasih untuk segala doa dan dukungannya. Terima kasih atas motivasi yang selalu diberikan sehingga menjadi penyemangat agar skripsi ini segera terselesaikan.

MOTTO

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسُئُوا وُجُوهَكُمْ

وَلِيَدْخُلُوا

الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا

“Jika berbuat baik, (berarti) kamu telah berbuat baik untuk dirimu sendiri. Jika kamu berbuat jahat, (kerugian dari kejahatan) itu kembali kepada dirimu sendiri. Apabila datang saat (kerusakan) yang kedua, (Kami bangkitkan musuhmu) untuk menyuramkan wajahmu, untuk memasuki masjid (Baitulmaqdis) sebagaimana memasukinya ketika pertama kali, dan untuk membinasakan apa saja yang mereka kuasai.”

(Q.S. Al Isra : 7)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Munasroh, lahir di Serang Banten, 24 tahun silam tepatnya pada tanggal 5 April 1999, penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Mahmudin dan Ibu Junariah. Penulis beralamat di Kp. Pasir Asem, RT 003 RW 005, kelurahan Tembong, Kecamatan Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN Tembong 3 tahun 2012. Pada tahun itu juga penulis melanjutkan pendidikan di SMP Islam Daarul Yaqiin dan tamat pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Kejuruan pada tahun tersebut di SMK Negeri 1 Kota Serang dengan prodi Akuntansi, selesai pada tahun 2018. Pada tahun 2019 juga penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri, tepatnya di Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Selama menjalani masa sekolah, penulis aktif mengikuti beberapa organisasi diantaranya: OSIS, PASKIBRA, dan Kerohanian Islam (ROHIS). Di masa perkuliahan penulis juga mengikuti Unit Kegiatan Mahasiswa yaitu Komunitas Ekonomi Syariah (KSEI KES).

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur ke hadirat Allah subhanahu wa ta'ala, atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wa salam. Atas kemudahan yang diberikan oleh Allah subhanahu wa ta'ala dan disertai dengan usaha yang sungguh-sungguh, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Brand Ambassador, Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2019)”***.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan kemudahan kepada penulis selama proses mengerjakan skripsi, sampai akhirnya bisa selesai dengan sebaik-baiknya, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Ibu Hj. Mukhlisatul Jannah, S.E, M.M, M.Ak., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

4. Bapak Dr. Itang, M.Ag Selaku Pembimbing I dan Bapak Mochammad Indrajit Roy, M.M. Selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan arahan, nasehat, saran-saran, ilmu yang bermanfaat, dan bimbingannya selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua, sumber kekuatan penulis yang telah berjuang agar penulis dapat menyelesaikan pendidikan Strata 1 ini dengan baik
6. Sahabat-sahabatku, Muhammad Nazaruddin, Anastasya Alfiani, Wahyu Oki Ananda Putra, Popy Ragus Syafni, Melin Alyuni Putri, Nuranggi beserta yang lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Orang-orang hebat yang senantiasa hadir dengan dukungan yang tiada henti.
7. Keluarga besar Ekonomi Syariah C 2019, orang-orang baik yang selalu memotivasi dan membantu penulis di masa perkuliahan
8. Keluarga besar KKN 47, orang-orang luar biasa yang telah memberikan warna baru di kehidupan penulis

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 3 Juli 2023

Penulis'

Munasaroh

NIM: 191410114

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR USULAN UJIAN MUNAQASYAH	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II KAJIAN TEORITIS	13
A. Landasan Teori	13
B. Hubungan Antar Variabel	34
C. Kerangka Berpikir	38
D. Hipotesis.....	40

BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis Penelitian	42
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	42
C. Defenisi Operasional Variabel.....	43
D. Populasi dan Sampel.....	46
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Teknik Analisa Data	48
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASL PENELITIAN.....	56
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
B. Karakteristik Responden Penelitian.....	62
C. Analisis Data.....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 3.2	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia	62
Tabel 3.3	Uji Validitas Variabel Brand Image (X1)	63
Tabel 3.4	Uji Validitas Variabel Brand Trust (X2)	64
Tabel 3.5	Uji Validitas Variabel Brand Ambassador (X3).....	64
Tabel 3.6	Uji Validitas Variabel Minat Beli (X4)	65
Tabel 3.7	Hasil Uji Realibilitas Variabel Brand Image (X1)	66
Tabel 3.8	Hasil Uji Realibilitas Variabel Brand Trust (X2).....	66
Tabel 3.9	Hasil Uji Realibilitas Variabel Brand Ambassador (X3) ..	66
Tabel 3.10	Hasil Uji Realibilitas Variabel Minat Beli (X4)	66
Tabel 3.11	Hasil Uji Realibilitas.....	67
Tabel 3.12	Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 3.13	Hasil Uji Multikoleniaritas	69
Tabel 3.14	Hasil Uji Heterokedastisitas	70
Tabel 3.15	Hasil Anaslisi Regresi Linear Berganda	70
Tabel 3.16	Hasil Uji Determinasi	72
Tabel 3.17	Kriteria Uji Koefisien Korelasi	73
Tabel 3.18	Hasil Uji Koefisien Korelasi	73
Tabel 3.19	Hasil Uji t	74
Tabel 3.20	Hasil Uji F	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 2.1 Definisi Operasional Variabel	45

