



Penulis
YELPI HERTINA

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP MINAT
PEMBELI TOKOPEDIA DI TINJAU DARI TEORI
KONSUMSI EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Komunitas *Kpopers* Bengkulu)**



Editor :
Eka Sri Wahyuni, S.E, MM
Yenti Sumarni, MM

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP MINAT
PEMBELI TOKOPEDIA DI TINJAU DARI TEORI
KONSUMSI EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Komunitas *Kpopers* Bengkulu)**

(Jurnal)



TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

OLEH :

**Yelpi Hertina
NIM.1811130062**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
BENGKULU
2024M/ 1445 H**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “ **PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT PEMBELI TOKOPEDIA DI TINJAU DARI TEORI KONSUMSI EKONOMI ISLAM** ” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UINFAS Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran serta rumusan saya sendiri tanpa ada bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 2024
Mahasiswa yang menyatakan,



Yelpi Hertina
NIM. 1811130062



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

Website : www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul **“Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Pembeli Tokopedia Di Tinjau Dari Teori Konsumsi Ekonomi Islam (.Studi Komunitas *Kpopers* Bengkulu)”** yang disusun oleh :

Nama : Yelpi Hertina

NIM : 1811130062

Program Studi : Ekonomi Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Artikel Jurnal Ilmiah

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang *Munaqasyah* Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, September 2023 M

Dzulqodah 1445 H

Pembimbing I

Eka Sri Wahyuni.S.E.M.M.

NIP. 197705092008012014

Pembimbing II

Yenti Sumarni, MM.

NIP. 197904162007012020

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Yenti Sumarni, M.M.

NIP.197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telp. (0736) 51276-51171-51172 Fax. 51171-51172
Website: www.uinfiats Bengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul "Pengaruh *brand ambassador* terhadap minat pembeli tokopedia di Tinjau Dari Teori Konsumsi Ekonomi Islam (Studi Kasus *Kpopers* Bengkulu)" yang disusun oleh:


Nama : Yelpi Hertina
NIM : 1811130062
Program Studi : Ekonomi Syariah
Bentuk Tugas akhir : Jurnal
Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada :
Hari : Kamis
Tanggal : 25 Januari 2024

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).


Bengkulu, Januari 2024 M
1445 H

Tim Sidang *Munaqasyah*

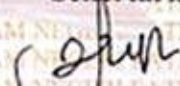
Ketua


Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 196504101993031007


Penguji I


Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 196504101993031007

Sekretaris


Citra Liza, M.Si
NIP. 198710252020122006

Penguji II


Yetti Afrida Indra, M.Ak., CIQaR
NIP. 0214048401

Mengetahui,
Dekan


Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 196504101993031007



ABSTRACT

The Influence of Brand Ambassador on Tokopedia Buyer's Interest Examined from the Theory of Islamic Economic Consumption

(Case Study of the Bengkulu Kpopers Community)

By Yelpi Hertina Nim. 1811130062

First to find out the influence of brand ambassadors on Tokopedia's buying interest. Second to find out a review of Islamic economic perspectives on kpopers' buying interest through the Tokopedia marketplace. This research is a quantitative research, which is research that explains the influence of Brand Ambassadors on the interest of Tokopedia buyers in review of Islamic Economic consumption theory. Based on the test results, it shows that the brand ambassador variable has a significant positive effect on buyer interest, known Significance value (Sig) of $0.474 > 0.05$ so that it can be concluded that the H_0 hypothesis that states brand ambassador has a positive effect on Tokopedia buyer interest in review of Islamic economic consumption theory is accepted. While H_a was rejected, it means that there is no influence of brand ambassadors on buyer interest in view of Islamic consumption theory.

Keywords: The influence of brand ambassador, Tokopedia, theory of islamic economic consumption.

MOTTO

Ketika kamu ikhlas menerima semua kekecewaan hidup maka
Allah akan membayar tuntas semua kekecewaan mu dengan
beribu-ribu kebaikan
(Ali bin Abi Thalib)



PERSEMBAHAN

Sujud Syukur tiada henti kepada yang mahakuasa, Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan segenap ketulusan dan do'a Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku Bapak Zidran dan Ibu Nursiati yang tidak henti-hentinya memberikan do'a, motivasi nasehat, kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan untukku.
2. Kakak-kakakku Desi Haryanti dan Neni Fitriani Terimakasih atas do'a dan dukungan kalian.
3. Teman-temanku Liya, Rika, Risa, Lisa, Ayu, teman kuliah seperjuangan dan seluruh mahasiswa seangkatan.
4. Terimakasih kepada dosen Dosen Pembimbing saya Ibu Yenti Sumarni,MM. dan Ibu Eka Sri Wahyuni.SE,MM. yang telah sudi memberikan waktunya untuk membeimbing skripsi ini.
5. Agama, Negara dan Alamater kebanggaanku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Pembeli Tokopedia Di Tinjau Dari Teori Konsumsi Ekonomi Islam (Studi Kasus Komunitas Kpopers Bengkulu)”. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya, terselesaikannya penyusunan skripsi ini berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain Dali, M. Pd selaku Rektor selaku Rektor UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan berbagai fasilitas dalam menimba ilmu pengetahuan di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
2. Prof.Dr. H. Supardi, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang selalu mendorong keberhasilan penulis.
3. Pembimbing I Ibu Eka Sri Wahyuni,S.E.MM, yang senantiasa sabar dan tabah dalam mengarahkan dan memberikan

petunjuk serta motivasinya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Pembimbing II Ibu Yenti Sumarni.MM yang selalu membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Pihak Perpustakaan UINFAS Bengkulu yang telah membantu penulis dalam mencari referensi.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Akhirnya, Dalam penulisan Jurnal ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharap kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepannya. Semoga segala kebaikan dan bantuan serta partisipasi dari semua pihak yang telah membantu dan memotivasi penulis menjadi amal yang sholeh di sisi Allah SWT.

Bengkulu, Januari 2024
Penulis

Yelpi Hertina

NIM. 1811130062

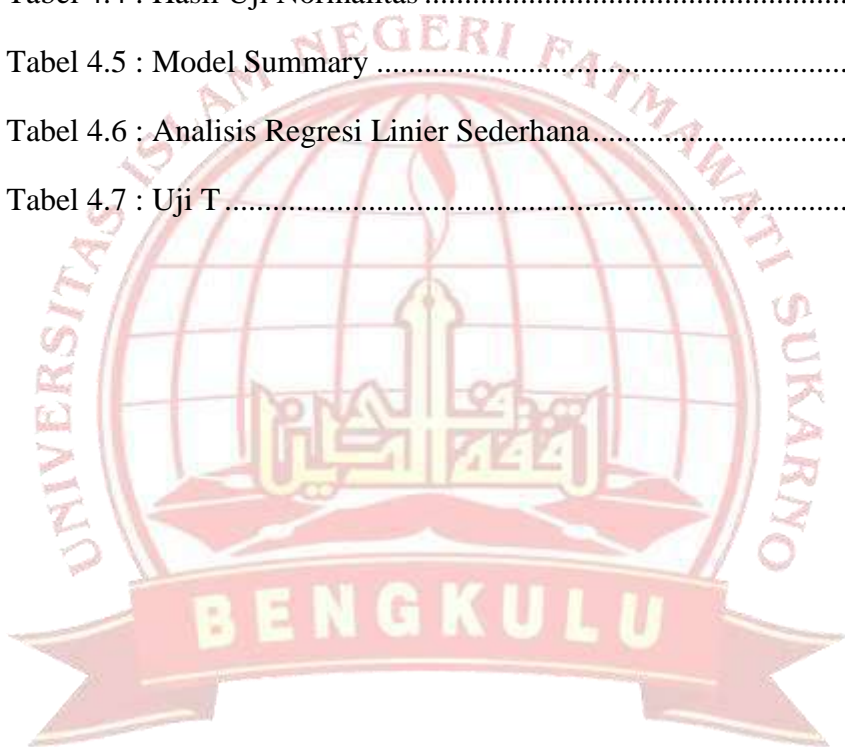
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kegunaan Penelitian	12
E. Penelitian Terdahulu	13
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II KAJIAN TEORI	17
A. Kajian Teori	17
1. Pengertian Brand Ambassador	17
2. Peran Brand Ambassador	18
3. Minat Pembeli	20

4. Konsumsi Ekonomi Islam	23
B. Kerangka Berpikir	24
C. Hipotesa Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian	26
C. Populasi Dan Sampel.....	26
D. Instrumen Penelitian	27
E. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	28
F. Variabel Dan Definisi Oprasional	28
G. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Hasil Penelitian.....	36
B. Pembahasan	37
1. Karakteristik Responden.....	37
2. Uji Instrumen.....	40
3. Uji Normalitas	43
4. Analisi Regresi Linier Sederhana	45
5. Uji Hipotesis	48
BAB V PENUTUP	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Hasil uji Validasi X.....	41
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validasi Y.....	42
Tabel 4.3 : Hasil Uji Reabilitas.....	43
Tabel 4.4 : Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.5 : Model Summary.....	46
Tabel 4.6 : Analisis Regresi Linier Sederhana.....	46
Tabel 4.7 : Uji T.....	48



DFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Acc Judul
- LAMPIRAN 2 : Surat Penunjuk Pembimbing
- LAMPIRAN 3 : Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 4 : Halaman Pengesahan
- LAMPIRAN 5 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- LAMPIRAN 6 : Lembar bimbingan Skripsi Pembimbing 1
- LAMPIRAN 7 : Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing 2
- LAMPIRAN 8 : Surat Keterangan Plagialisme
- LAMPIRAN 9 : Surat Keterangan SKPI



ABSTRAK

Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Pembeli Tokopedia Di Tinjau Dari Teori Konsumsi Ekonomi Islam (Studi Kasus Komunitas *Kpopers* Bengkulu)
Oleh Yelpi Hertina Nim. 1811130062

Pertama untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli Tokopedia. Kedua Untuk mengetahui tinjauan perspektif ekonomi Islam terhadap minat beli *kpopers* melalui *marketplace* Tokopedia. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menjelaskan pengaruh Brand Ambassador terhadap minat pembeli Tokopedia di tinjau dari teori konsumsi Ekonomi Islam. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *variable brand* ambassador berpengaruh positif signifikan terhadap minat pembeli diketahui nilai Signifikansi (Sig) sebesar $0,474 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 yang menyatakan *brand ambassador* berpengaruh positif terhadap minat pembeli tokopedia di tinjau dari teori konsumsi ekonomi Islam di terima . Sedangkan H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh brand ambassador terhadap minat pembeli di tinjau dari teori konsumsi islam.

Kata Kunci: Pengaruh Brand Ambassador, Tokopedia, Teori Konsumsi ekonomi islam.