

Tabel. 6
 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Fauziah & Tunjungsari, 2021)	Pengaruh harga, promosi, dan <i>brand ambassador</i> yang dimediasi oleh citra merek terhadap keputusan pembelian pada situs belanja online shopee	Hal menunjukkan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada situs belanja online Shopee
2	(Nursiti & Fameira, 2021)	Pengaruh <i>Country of Origin</i> , <i>Brand Ambassador</i> , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Millennial Pada Produk Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel Di Jakarta	Hal ini menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh <i>Country of Origin</i> , <i>Brand Ambassador</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Generasi Millennial
3	(Lailiya, 2020)	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia	Dari hasil analisis data pada penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel <i>brand ambassador</i> secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
4	(Lawu <i>et al.</i> , 2021)	Dampak <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	Berdasarkan hasil uji analisis dapat diketahui bahwa variabel <i>Brand Ambassador</i> berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian
5	(Soenawan & Malonda, 2015)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya	Hasil penelitian menunjukkan Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati yang diberikan karyawan, serta fasilitas ruang makan yang membuat konsumen nyaman, telah menjadi beberapa pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian

			produk.3
6	(Hakim <i>et al.</i> , 2021)	Analisis kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Rumah Makan Tulang Lunak Cak Sani Jember)	Hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
7	(Sholihat, 2018)	Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie	Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
8	(Thalib <i>et al.</i> , 2020)	Analisis Keputusan Pembelian Makanan Khas Daerah Ditinjau Dari Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Dan Kualitas Produk Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan	Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan adalah positif sebesar 0,292 yang berarti setiap terjadi keputusan pembelian sebesar 1 satuan akan diikuti oleh meningkatnya loyalitas pelanggan
9	(Hermawan, 2015)	Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis diterima, dalam kasus ini variabel bauran pemasaran yang berupa produk, distribusi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
10	(Diansyah & Putera, 2017)	Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian	Promosi penjualan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di mediasi keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan dapat memicu keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas.
11	(Nalita <i>et al.</i> , 2022)	Membentuk Loyalitas Pelanggan dengan Penggunaan Artis Korea sebagai <i>Brand Ambassador E-Commerce</i> di Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>brand ambassador</i> memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta kepuasan pelanggan memiliki

			pengaruh positif terhadap Niat beli ulang ulang
12	(Babudilla & Nasti, 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FE UISU Jurusan Management Tahun Ajaran 2017)	Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee, Brand Ambassador (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee, Service Quality (X1) dan Brand Ambassador (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelanggan shopee
13	(Faradila & Suseno, 2021)	Nilai Hedonis, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Kuota Internet Indosat di Era New Normal	Penelitian nilai hedonis, kualitas layanan, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas layanan.
14	(Insani & Madiawati, 2020).	Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung	Penelitian menunjukkan bahwa semakin membaik kualitas pelayanan, harga, promosi yang dimiliki maka semakin membaik pula loyalitas konsumen.
15	(Prasetyo, 2019)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan	Hasil penelitian ini antara lain adalah secara simultan kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
16	(Ardiansyah <i>et al.</i> , 2019)	Analisis Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Di Pasar Gedhe Solo)	Hasil analisis menunjukan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan variabel kualitas produk, diversifikasi produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
17	(Iqbal & Kadir, 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin	Hasil penelitian menunjukan Kualitas pelayanan dan Promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Merchant GoFood Festival Duta Mall Banjarmasin. Variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi juga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian
18	(Santoso & Samboro, 2017).	Pengaruh Promosi Penjualan Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan	Semakin baik layanan Promosi Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan semakin kuat

		Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan	Keputusan konsumen untuk membeli dan semakin tinggi Loyalitas pelanggan
19	(Muhtarom <i>et al.</i> , 2022).	Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditanggal Kalitengah)	Dapat disimpulkan bahwa lokasi (X2) dan kualitas pelayanan (X4) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dikatakan terdapat pengaruh positif secara signifikan. Variabel persepsi harga (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dikatakan terdapat pengaruh negatif secara signifikan. Dan variabel fasilitas (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dikatakan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan
20	(Hapsari, 2020)	Pengaruh sistem informasi penjualan strategi integrated marketing communications (IMC) dan peran brand ambassador terhadap loyalitas pelanggan produk oriflame di Indonesia	Sistem Informasi Penjualan, Strategi Integrated Marketing Communications (IMC) dan Peran Brand Ambassador tetap berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan
21	(Badri & Safitri, 2021)	Pengaruh <i>brand ambassador</i> , minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian online di instagram pada mahasiswa di kota padang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand ambassador, minat beli dan testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
22	(Hendra <i>et al.</i> , 2017).	Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan	Hasil menunjukkan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, pengalaman pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan
23	(Ghadani <i>et al.</i> , 2022)	Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi <i>brand awareness</i> Amelia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel brand ambassador berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand awareness secara langsung. Brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand awareness secara langsung

Tabel. 7
Definisi Operasional Variabel

Indikator	Operasionalisasi
Brand Ambassador (Lailiya, 2020)	
1. kepopuleran 2. Kredibilitas 3. Daya tarik 4. Kekuatan	1. Saya tertarik dengan produk yang diiklankan oleh <i>brand ambassador</i> 2. Saya percaya produk yang diiklankan bermanfaat 3. Citra positif yang dimiliki <i>brand ambassador</i> dapat menarik perhatian konsumen dalam membeli produk 4. <i>Brand ambassador</i> memiliki potensi untuk mempengaruhi konsumen
Kualitas Pelayanan (Anindya, 2020)	
1. Tangible 2. Empaty 3. Responsiveness 4. Reliability 5. Assurance	1. Shopee memberikan kemudahan penggunaan dalam mengakses marketplace shopee. 2. Admin bersedia memberikan pelayanan ketika saya mengalami masalah dalam menggunakan shopee. 3. Admin cepat merespon ketika saya membutuhkan bantuan. 4. Shopee mampu memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen. 5. Shopee memberikan jaminan tepat waktu dalam pengajuan pengembalian.
Keputusan Pembeli (Kotler & Armstrong, 2014)	
1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian	1. Produk yang saya beli di shopee sesuai dengan kebutuhan. 2. Saya mendapatkan informasi tentang produk shopee melalui iklan dan media sosial. 3. Saya memilih membeli produk di shopee karena memiliki manfaat yang besar dan memenuhi kebutuhan saya. 4. Saya memutuskan membeli produk di shopee karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain. 5. Saya puas dengan produk yang saya beli di shopee, sehingga saya akan melakukan pembelian ulang produk tersebut.
Loyalitas Pelanggan (Kendri & Saputra, 2018)	
1. Nilai 2. Citra 3. Kenyamanan dan Kemudahan 4. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen 5. Pelayanan 6. Garansi dan Jaminan	1. Harga dan kualitas produk shopee terjamin 2. Shopee memiliki reputasi produk yang baik 3. Shopee memberikan kemudahan dalam bertransaksi 4. Shopee merespon konsumen dengan cepat apabila terjadi kendala pada saat transaksi. 5. Pelayanan yang shopee berikan selalu membuat konsumen puas 6. Shopee memberikan garansi apabila produk yang diterima rusak atau tidak sesuai dengan pesanan

KUESIONER PENELITIAN

Responden Yang Terhormat,

Bersama kuesioner ini saya, Dewi Irana Sari mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul saat ini sedang melakukan penelitian berjudul *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS PELAYANAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI SHOPEE* bermaksud ingin memohon bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara dan teman-teman sekalian untuk dapat meluangkan waktunya dan mengisi kuesioner dari penelitian saya.

Jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara dan teman-teman sekalian akan sangat bermanfaat bagi saya dalam melaksanakan penelitian ini. Data yang diisi akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk penelitian saya. Saya harap Bapak/Ibu/Saudara dan teman-teman sekalian dapat mengisinya dengan objektif. Atas perhatian dan kesediannya untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden

1. Nama:
2. Jenis kelamin:
 - a. Pria
 - b. Wanita
3. Usia:
 - a. 17 – 20
 - b. 21 - 30
 - c. 31 - 35
4. Menggunakan aplikasi shopee:
 - a. Ya/Tidak
5. Berapa lama sudah menggunakan aplikasi shopee:
 - a. 6 -12 bulan
 - b. 1 – 2 tahun
 - c. > 3 tahun
6. Transaksi dalam 1 bulan terakhir:
 - a. 1 -3
 - b. 3 - 6
 - c. >7
7. Pengeluaran Perbulan:

- a. Rp. >500.00
- b. Rp. 600.000 – Rp. 1.000.000
- c. Rp. 1.000.000 – 2.500.000

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikan tanda (x) pada kotak yang sesuai dengan pilihan anda, Terdapat 4 (empat) *alternative* pengisian jawaban yaitu

- 1= Sangat Tidak setuju (STS)
- 2= Tidak Setuju (TS)
- 3= Sangat (S)
- 4= Sangat Setuju (SS)

Tabel. 8
Kuisisioner Penelitian

No	Kuesioner	1 (STS)	2 (TS)	3 (S)	4 (SS)
Brand Ambassador					
1	Saya tertarik dengan produk yang diiklankan oleh <i>brand ambassador</i>				
2	Saya percaya produk yang diiklankan bermanfaat				
3	Citra positif yang dimiliki <i>brand ambassador</i> dapat menarik perhatian saya dalam membeli produk				
4	<i>Brand ambassador</i> memiliki potensi untuk mempengaruhi konsumen				
Kualitas Pelayanan					
1	Shopee memberikan kemudahan penggunaan dalam mengakses marketplace shopee.				
2	Admin bersedia memberikan pelayanan ketika saya mengalami masalah dalam menggunakan shopee				
3	Admin cepat merespon ketika saya membutuhkan bantuan				
4	Shopee mampu memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen.				
5	Layanan Aplikasi Shopee memberikan jaminan tepat waktu dalam pengajuan pengembalian				
Keputusan Pembelian					
1	Produk yang saya beli di shopee sesuai dengan kebutuhan.				
2	Saya mendapatkan informasi tentang produk shopee melalui iklan dan media social				
3	Saya memilih membeli produk di shopee karena memiliki manfaat yang besar dan memenuhi kebutuhan saya.				
4	Saya memutuskan membeli produk di shopee karena				

	mendapatkan rekomendasi dari orang lain.				
5	Saya puas dengan produk yang saya beli di shopee, Sehingga saya akan melakukan pembelian ulang produk tersebut.				
Loyalitas Pelanggan					
1	Harga dan kualitas produk shopee terjamin				
2	Shopee memiliki reputasi produk yang baik				
3	Shopee memberikan kemudahan dalam bertransaksi				
4	Shopee merespon konsumen dengan cepat apabila terjadi kendala pada saat transaksi				
5	Pelayanan yang shopee berikan selalu membuat konsumen puas				
6	Shopee memberikan garansi apabila produk yang diterima rusak atau tidak sesuai dengan pesanan.				

Lampiran 4
Tabulasi Data

Tabel. 9
Tabulasi Data 30 Responden

No	Brand Ambassador				Total X1	Kualitas Pelayanan					Total X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	4	4	4	16	4	3	4	4	3	18
2	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	16	4	3	2	3	3	15
5	4	3	3	4	14	4	3	3	3	3	16
6	4	3	4	3	14	4	3	3	3	4	17
7	4	4	4	4	16	4	3	3	4	3	17
8	4	4	4	3	15	3	2	2	3	3	13
9	4	2	3	3	12	4	2	2	3	2	13
10	4	3	4	4	15	3	3	3	3	3	15
11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
12	3	3	4	4	14	4	4	4	4	3	19
13	4	3	3	4	14	3	3	3	3	3	15
14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
15	4	3	3	3	13	4	4	4	3	3	18
16	4	4	4	3	15	3	4	3	3	3	16
17	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
20	4	3	4	4	15	4	4	3	3	3	17
21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
22	4	3	4	4	15	3	4	4	3	4	18
23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	4	16	3	3	3	4	3	16
25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
26	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
27	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
28	3	3	4	4	14	4	3	4	3	2	16
29	3	3	4	4	14	4	3	3	4	3	17
30	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20

Tabel. 10

Tabulasi Data 100 Responden

No	Keputusan Pembelian					Total Z	Loyalitas Pelanggan						Total Y
	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	4	4	3	4	4	19	3	3	4	3	4	4	21
2	3	3	2	3	3	14	2	3	3	3	3	3	17
3	4	4	4	4	3	19	3	3	4	3	3	3	19
4	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	3	18
5	3	3	4	3	3	16	3	3	4	3	3	3	19
6	4	4	4	3	4	19	4	3	4	3	4	4	22
7	3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	3	4	23
8	3	3	3	2	3	14	3	3	3	2	3	2	16
9	3	3	4	3	3	16	3	3	4	3	3	3	19
10	4	3	3	3	4	17	4	4	4	3	3	3	21
11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
12	3	3	3	2	3	14	3	3	3	3	3	3	18
13	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	4	20
14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	3	21
15	3	4	3	3	3	16	3	3	3	4	3	4	20
16	3	3	3	2	3	14	3	3	3	3	3	3	18
17	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	4	23
19	4	4	4	3	3	18	3	4	4	4	4	3	22
20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
24	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
26	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	3	3	2	16	4	3	4	3	3	3	20
29	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	3	20
30	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24

No	Brand Ambassador				TOTAL X1	Kualitas Pelayanan					TOTAL X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	4	4	4	16	4	3	4	4	3	18
2	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	16	4	3	2	3	3	15
5	4	3	4	3	14	3	3	3	3	3	15
6	4	3	3	4	14	4	3	3	3	3	16
7	4	3	4	3	14	4	3	3	3	4	17
8	4	4	4	4	16	4	3	3	4	3	17
9	4	4	4	3	15	3	2	2	3	3	13
10	4	2	3	3	12	4	2	2	3	2	13
11	4	3	4	4	15	3	3	3	3	3	15
12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
13	3	3	4	4	14	4	4	4	4	3	19
14	4	3	3	4	14	3	3	3	3	3	15
15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
16	4	3	3	3	13	4	4	4	3	3	18
17	4	4	4	3	15	3	4	3	3	3	16
18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
21	4	3	4	4	15	4	4	3	3	3	17
22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
23	4	3	4	4	15	3	4	4	3	4	18
24	3	3	2	3	11	2	1	2	3	2	10
25	4	4	4	4	16	3	3	3	4	3	16
26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
27	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
28	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
29	3	3	4	4	14	4	3	4	3	2	16
30	3	3	4	4	14	4	3	3	4	3	17
31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
32	4	3	3	4	14	4	4	4	4	3	19
33	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
34	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	18
36	4	4	4	4	16	3	3	2	3	4	15
37	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	16
40	4	4	3	3	14	4	3	3	3	3	16

41	4	3	4	4	15	3	3	3	4	4	17
42	4	3	3	3	13	1	1	2	3	3	10
43	4	4	4	4	16	4	3	3	3	2	15
44	3	4	4	4	15	3	3	3	3	3	15
45	3	4	4	4	15	3	3	3	3	3	15
46	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	19
47	3	4	4	4	15	3	3	3	3	3	15
48	4	3	4	4	15	4	3	3	3	4	17
49	4	4	4	3	15	3	3	3	3	3	15
50	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	20
51	3	4	3	4	14	4	3	3	4	3	17
52	4	4	4	3	15	4	2	3	3	3	15
53	4	3	4	4	15	3	4	4	3	4	18
54	3	4	4	4	15	4	4	3	3	4	18
55	4	4	4	3	15	3	4	3	3	3	16
56	4	3	4	3	14	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
58	4	3	4	3	14	4	4	3	4	2	17
59	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
60	3	4	3	4	14	4	3	3	3	3	16
61	4	3	4	4	15	3	3	3	3	4	16
62	3	4	4	4	15	3	4	4	3	4	18
63	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
68	4	3	4	3	14	4	3	3	3	3	16
69	4	4	3	3	14	3	4	3	3	3	16
70	3	4	3	3	13	3	3	3	2	3	14
71	4	4	3	4	15	4	3	2	4	3	16
72	4	4	4	3	15	3	3	2	3	3	14
73	4	3	4	4	15	4	4	3	3	4	18
74	4	4	4	4	16	4	2	4	4	3	17
75	3	4	3	4	14	3	4	4	4	3	18
76	4	4	3	3	14	4	3	3	3	4	17
77	3	3	2	3	11	3	3	4	3	4	17
78	4	3	3	4	14	3	3	3	3	4	16
79	3	4	4	4	15	3	4	3	4	3	17
80	3	3	4	3	13	4	3	2	4	3	16
81	3	4	4	3	14	4	3	4	3	4	18
82	4	4	3	4	15	4	3	4	3	4	18

83	4	4	4	4	16	3	3	2	4	3	15
84	3	4	4	3	14	3	3	4	3	3	16
85	3	4	4	4	15	4	3	3	4	4	18
86	4	4	3	4	15	3	4	3	4	4	18
87	3	4	4	4	15	3	4	3	3	4	17
88	4	3	3	3	13	3	4	3	4	3	17
89	4	3	3	4	14	4	3	4	4	4	19
90	3	4	3	4	14	4	2	4	3	3	16
91	4	3	3	4	14	3	4	3	3	3	16
92	4	4	3	3	14	4	3	3	4	3	17
93	3	4	3	4	14	3	4	4	4	3	18
94	3	4	4	3	14	4	3	2	3	4	16
95	3	4	3	3	13	4	3	2	3	4	16
96	3	4	3	4	14	3	4	4	3	4	18
97	4	4	3	3	14	4	3	4	4	3	18
98	4	3	4	4	15	3	3	3	4	3	16
99	4	4	4	3	15	4	4	3	3	4	18
100	3	4	3	4	14	3	4	3	4	3	17

No	Keputusan Pembelian					TOTAL Z	Loyalita Pelanggan						TOTAL Y
	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	4	4	3	4	4	19	3	3	4	3	4	4	21
2	3	3	2	3	3	14	2	3	3	3	3	3	17
3	4	4	4	4	3	19	3	3	4	3	3	3	19
4	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	3	18
5	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
6	3	3	4	3	3	16	3	3	4	3	3	3	19
7	4	4	4	3	4	19	4	3	4	3	4	4	22
8	3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	3	4	23
9	3	3	3	2	3	14	3	3	3	2	3	2	16
10	3	3	4	3	3	16	3	3	4	3	3	3	19
11	4	3	3	3	4	17	4	4	4	3	3	3	21
12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
13	3	3	3	2	3	14	3	3	3	3	3	3	18

14	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	4	20
15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	3	21
16	3	4	3	3	3	16	3	3	3	4	3	4	20
17	3	3	3	2	3	14	3	3	3	3	3	3	18
18	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	4	23
20	4	4	4	3	3	18	3	4	4	4	4	3	22
21	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
24	1	2	1	1	2	7	1	1	1	1	1	1	6
25	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
27	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
28	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	3	3	2	16	4	3	4	3	3	3	20
30	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	3	20
31	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
32	3	4	3	3	4	17	3	3	4	4	4	4	22
33	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	3	4	19	4	3	4	4	4	3	22
35	3	4	3	3	4	17	4	4	4	4	3	4	23
36	4	4	3	2	3	16	3	3	4	2	3	4	19
37	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	4	3	21
39	4	4	3	4	3	18	3	3	3	3	3	3	18
40	4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	3	3	18
41	4	4	4	3	4	19	4	3	4	4	4	3	22

42	2	2	3	3	2	12	2	2	3	3	2	2	14
43	3	4	4	4	4	19	3	3	4	3	3	3	19
44	3	3	3	2	2	13	3	3	3	3	3	3	18
45	3	4	3	3	3	16	4	3	3	3	3	3	19
46	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	4	24
47	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
48	3	4	3	1	4	15	4	4	4	4	4	4	24
49	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	3	18
50	3	3	4	3	3	16	4	3	4	4	3	3	21
51	3	4	3	3	4	17	4	3	3	3	4	4	21
52	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	3	3	19
53	3	3	4	3	4	17	3	3	4	3	3	4	20
54	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	3	22
55	3	4	4	4	4	19	4	3	4	3	4	3	21
56	3	3	3	4	3	16	4	4	4	3	4	3	22
57	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
58	3	4	3	3	4	17	3	3	3	3	4	3	19
59	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
60	3	3	4	3	3	16	4	4	3	2	3	3	19
61	3	3	4	3	3	16	4	3	4	3	4	4	22
62	4	3	3	3	3	16	4	3	4	4	3	3	21
63	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
65	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
68	3	3	3	3	3	15	3	3	4	4	4	4	22
69	3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	2	2	16

70	3	3	4	3	3	16	4	3	3	3	3	2	18
71	4	3	3	4	3	17	3	4	4	3	3	3	20
72	3	3	3	3	3	15	2	4	4	3	3	4	20
73	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	3	4	21
74	3	4	3	4	3	17	4	3	4	3	3	4	21
75	4	3	4	4	3	18	3	3	3	2	3	4	18
76	3	3	3	3	3	15	2	4	3	3	4	3	19
77	3	4	3	3	3	16	3	3	4	3	3	4	20
78	3	4	3	4	3	17	2	3	4	4	3	3	19
79	4	4	4	4	3	19	3	3	4	2	4	3	19
80	4	3	3	4	4	18	3	4	4	3	4	3	21
81	4	3	4	3	3	17	4	4	3	4	3	4	22
82	4	3	4	3	3	17	4	4	4	3	4	3	22
83	3	4	3	3	4	17	2	3	3	3	3	3	17
84	3	4	4	3	3	17	4	3	3	3	4	4	21
85	3	3	3	4	4	17	3	4	4	2	4	4	21
86	3	4	3	3	4	17	3	4	4	3	3	3	20
87	3	4	4	3	3	17	3	4	4	3	3	3	20
88	3	4	3	4	3	17	3	2	4	4	3	3	19
89	3	3	3	4	4	17	4	4	3	3	3	4	21
90	4	4	3	4	3	18	2	4	3	4	4	3	20
91	3	4	4	4	3	18	3	3	3	3	4	3	19
92	4	3	4	4	3	18	4	3	3	3	4	2	19
93	4	4	3	3	3	17	4	4	3	3	3	4	21
94	3	3	4	3	4	17	3	3	4	3	4	4	21
95	4	3	4	4	3	18	3	4	4	3	3	3	20
96	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	4	23
97	4	3	3	3	4	17	3	4	3	4	3	4	21

98	4	3	4	3	4	18	3	3	3	4	3	4	20
99	4	3	3	3	3	16	3	4	3	4	3	3	20
100	4	3	4	3	3	17	3	4	4	4	4	3	22

Nilai Dominan Item Pernyataan

Pernyataan Brand Ambassador	Total	Pernyataan Kualitas Pelayanan	Total	Pernyataan Keputusan Pembelian	Total	Pernyataan Loyalitas Pelanggan	Total
BA 1	371	KPL 1	359	KPL 1	347	KPL 1	340
BA 2	364	KPL 2	332	KPL 2	348	KPL 2	343
BA 3	365	KPL 3	333	KPL 3	346	KPL 3	359
BA 4	368	KPL 4	348	KPL 4	336	KPL 4	331
		KPL 5	343	KPL 5	430	KPL 5	342
						KPL 6	339

No	Variabel	Pernyataan	Nilai
1	<i>Brand Ambassador</i>	Saya tertarik dengan produk yang diiklankan oleh <i>brand ambassador</i>	371
2	Kualitas Pelayanan	Shopee memberikan kemudahan penggunaan dalam mengakses <i>market place shopee</i>	359
3	Keputusan pembelian	Saya mendapatkan informasi tentang produk shopee melalui iklan dan media sosial	348
4	Loyalitas Pelanggan	Shopee memberikan kemudahan dalam bertransaksi	359

Tabel.11

Tabulasi Data Karakteristik 100 Responden

Keterangan		Jumlah Responden	Percent
Jenis Kelamin	Pria	49	49%
	Wanita	51	51%
TOTAL		100	100%
Usia	17 – 20	18	18%
	21 – 30	75	75%
	31 – 35	7	7%
TOTAL		100	100%
Menggunakan Aplikasi Shopee	Ya/Tidak	100	100%
Lama Sudah Menggunakan Aplikasi Shopee	6 - 12 Bulan	54	54%
	1 - 2 Tahun	42	42%
	> 3 Tahun	4	4%
TOTAL		100	100%
Transaksi Dalam 1 Bulan Terakhir	1 – 3 Kali	79	79%
	3 – 6 Kali	20	20%
	>3 Tahun	1	1%
TOTAL		100	100%
Pengeluaran Perbulan	Rp. >500.000	3	3%
	Rp. 600.000 – Rp. 1.000.000	36	36%
	Rp. 1000.000 – Rp. 2.500.000	61	61%
TOTAL		100	100%

Tabel. 12

HASIL UJI VALIDITAS

No.	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
1	Saya tertarik dengan produk yang diiklankan oleh <i>brand ambassador</i>	0,643	0,361	VALID
2	Saya yakin bahwa produk shopee mempunyai kualitas terbaik	0,846	0,361	VALID
3	Shopee memiliki produk yang lengkap, kualitas baik dan harga promo terbaik	0,822	0,361	VALID
4	Shopee memiliki kekuatan dalam mempromosikan produknya	0,721	0,361	VALID
5	Shopee memberikan kemudahan penggunaan dalam mengakses marketplace shopee.	0,589	0,361	VALID
6	Admin bersedia memberikan pelayanan ketika saya mengalami masalah dalam menggunakan shopee	0,869	0,361	VALID
7	Admin cepat merespon ketika saya membutuhkan bantuan	0,881	0,361	VALID
8	Shopee mampu memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen.	0,782	0,361	VALID
9	Layanan Aplikasi Shopee memberikan jaminan tepat waktu dalam pengajuan pengembalian	0,800	0,361	VALID
10	Produk yang saya beli di shopee sesuai dengan kebutuhan.	0,846	0,361	VALID
11	Saya mendapatkan informasi tentang produk shopee melalui iklan dan media social	0,817	0,361	VALID
12	Saya memilih membeli produk di shopee karena memiliki manfaat yang besar dan memenuhi kebutuhan saya.	0,790	0,361	VALID
13	Saya memutuskan membeli produk di shopee karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain.	0,904	0,361	VALID
14	Saya puas dengan produk yang saya beli di shopee, Sehingga saya akan melakukan pembelian ulang produk tersebut.	0,788	0,361	VALID
15	Harga dan kualitas produk shopee terjamin	0,786	0,361	VALID
16	Shopee memiliki reputasi produk yang baik	0,827	0,361	VALID
17	Shopee memberikan kemudahan dalam bertransaksi	0,751	0,361	VALID
18	Shopee merespon konsumen dengan cepat apabila terjadi kendala pada saat transaksi	0,859	0,361	VALID
19	Pelayanan yang shopee berikan selalu membuat konsumen puas	0,782	0,361	VALID
20	Shopee memberikan garansi apabila produk yang diterima rusak atau tidak sesuai dengan pesanan.	0,827	0,361	VALID

Tabel. 13

HASIL UJI RELIABELITAS

Brand Ambassador (X1)

Kualitas Pelayanan(X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.754	4

Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.884	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.849	5

Loyalitas Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.891	6

Tabel.14

Hasil Uji Analisis Jalur (Path Analysis) Tahap 1

1. Hasil Uji Pengaruh *brand ambassador* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.259	1.828		.142	.888
	<i>Brand Ambassador</i>	.429	.145	.233	2.968	.004
	Kualitas Pelayanan	.617	.080	.605	7.716	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

2. Nilai Koefisien Determinasi *brand ambassador* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 ^a	.569	.560	1.45353

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Brand Ambassador

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Analisis Path Tahap 2

1. Hasil Uji Pengaruh *brand ambassador*, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.555	1.932		-.287	.774
	<i>Brand Ambassador</i>	.249	.160	.110	1.562	.121
	Kualitas Pelayanan	.520	.107	.415	4.848	.000
	Keputusan Pembelian	.494	.107	.402	4.602	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

2. Nilai Koefisien Determinasi *brand ambassador*, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.685	.675	1.53607
a. Predictors: (Constant), Keputusan Pembelian, Brand Ambassador, Kualitas Pelayanan				

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

UJI TRIMMING

1. Nilai koefisien Regresi dan Uji t kualitas pelayanan dan keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.648	1.330		1.239	.218
	Kualitas Pelayanan	.557	.106	.444	5.280	.000
	Keputusan Pembelian	.542	.103	.441	5.239	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

2. Nilai Koefisien Determinasi kualitas pelayanan dan keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.677	.670	1.54744
a. Predictors: (Constant), Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan				

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Lampiran 6
Laporan cek plagiasi

DEWI IRANA SARI_20200101154

ORIGINALITY REPORT

11 %	10 %	2 %	6 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unisma.ac.id Internet Source	1 %
2	www.coursehero.com Internet Source	1 %
3	repository.sb.ipb.ac.id Internet Source	1 %
4	id.123dok.com Internet Source	1 %
5	repository.umsu.ac.id Internet Source	1 %
6	Submitted to White Bear Lake School District Student Paper	1 %
7	123dok.com Internet Source	1 %
8	docobook.com Internet Source	1 %
9	e-journal.unmas.ac.id Internet Source	1 %

10	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
11	repository.unej.ac.id Internet Source	<1 %
12	ejurnal.seminar-id.com Internet Source	<1 %
13	repository.stei.ac.id Internet Source	<1 %
14	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %
15	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
17	Iranita Iranita. "Analisis Pengaruh Brand Equity Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Dan Word Of Mouth (Studi Kasus Batik Gonggong Tanjungpinang)", Bahtera Inovasi, 2019 Publication	<1 %
18	politeknikunggul-lppm.ac.id Internet Source	<1 %
19	repository.uph.edu Internet Source	<1 %

20	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
21	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
22	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
23	anzdoc.com Internet Source	<1 %
24	erepository.uwks.ac.id Internet Source	<1 %
25	media.neliti.com Internet Source	<1 %
26	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off