

**PENGARUH DAYA TARIK BOYBAND BTS (BANGTAN SONYEONDAN)
SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK DI *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

SKRIPSI



OLEH:

RIDA FEBIANTY PUTRI

NPM: 1643010155

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2023

**PENGARUH DAYA TARIK BOYBAND BTS (BANGTAN SONYEONDAN)
SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DI *E-COMMERCE* TOKOPEDIA.**

Disusun oleh:

RIDA FEBIANTY PUTRI

NPM 1643010155

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si

NIP. 19581225 199001 1001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

**PENGARUH DAYA TARIK BOYBAND BTS (BANGTAN SONYEONDAN) SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI E-
COMMERCE TOKOPEDIA**

Oleh:

RIDA FEBIANTY PUTRI

1643010155

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 19 Mei 2023

Pembimbing

Tim Penguji,

1.Ketua

Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 19581225 199001 1001

Dr. Yuli Candrasari, M.Si
NIP. 197107302021212003

2.Sekretaris

Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 19581225 199001 1001

3.Anggota

Syifa Syarifah A. S.Sos.,M.Commun
NPT. 3 8403 100 299 1

Mengetahui,
**DEKAN FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-NYA sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **”Pengaruh Boyband BTS (Bangtan Sonyendan) Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk di *E-Commerce* Tokopedia”**. Penyusunan penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa proposal ini belum mendekati kesempurnaan, oleh karenanya penulis berharap mendapat saran serta masukan yang membangun serta bermanfaat demi perbaikan dan peningkatan diri dalam bidang ilmu pengetahuan.

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada bapak Ir. Didiek Tranggono, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing penulis serta memberikan arahan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Tidak lupa pula penulis mendapat banyak dukungan dari berbagai pihak. Terimakasih sebesar-besarnya peneliti ucapkan kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, selaku Rektot Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Syafrida N.F.,M.Med.Kom, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Ir.H. Didiek Tranggono, M.Si selaku dosen pembimbing saya, terimakasih banyak pak sudah bersabar membimbing saya selama ini.
5. Keluarga saya, ayah Watono yang sekarang sedang ditugaskan di Lombok, Mama Ratna dan Dek Rido yang ada di rumah. Terimakasih untuk segala upaya dan dukungan yang diberikan ke penulis mulai awal kuliah hingga saat ini.
6. Keluarga Surabaya, kos bu Darto dan Sholehah yaitu Bu Darto, Nila Ayu, Puspa Nirmala, Fransiska, Novia C, Putri Musica, Dhiya Nabila, Ajeng Nidita, Resti Dwi, Kurnia Welly dan Hangestiya. Terimakasih sudah menjadi teman berbagi suka duka selama kuliah, terimakasih sudah mendorong penulis untuk segera menyelesaikan skripsi. Serta
- 7.Salsabilla Ramadhaningrum, Sari Rahmawati, Bibil, Yasinta yang merupakan teman seperjuangan skripsi.
8. Anggota Day6 & EXO yang lagu-lagunya telah menemani penulis.
9. Teman-teman SMP dan SMA penulis yang masih berhubungan sampai saat ini, terimakasih telah mewarnai hidup penulis selama mengerjakan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi yang telah disusun ini masih jauh dari kata sempurna sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat diharapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak di masa yang akan datang.

Surabaya, 20 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Akademis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
1.4.3 Manfaat Sosial	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 <i>E-Commerce</i>	19
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	28
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	31
2.2.4 Keputusan Pembelian	36
2.2.5 Brand Ambassador.....	40

2.3 Teori S-O-R.....	45
2.4 Kerangka Berpikir	46
2.5 Hipotesis	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Metode Penelitian.....	49
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	50
3.2.1 Definisi Operasional Variabel Bebas (variabel X).....	50
3.2.2 Definisi Operasional Variabel Terikat (variabel Y).....	51
3.2.3 Pengukuran Variabel	52
3.3 Populasi, Sampel dan Penarikan Sampel	55
3.3.1 Populasi.....	55
3.3.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	56
3.4 Pengumpulan Data	58
3.5 Analisis Data	58
3.5.1 Uji Instrumen	58
3.5.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	61
3.5.3 Uji Hipotesis	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.2 Penyajian Data	68
4.2.1 Karakteristik Responden.....	68
4.2.2 Deskripsi Variabel Daya Tarik BTS sebagai Brand Ambassador (X).....	75
4.2.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Produk di Tokopedia (Y)	82
4.3 Analisis Data	92
4.3.1 Uji Validitas Instrumen.....	92
4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen	93
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	94

4.4 Analisis Koefisien Korelasi & Koefisien Determinan	96
4.5 Uji Hipotesis	98
4.5.1 Uji Parsial (Uji Statistik t).....	98
4.5.2 Uji Simultan (Uji Statistik F).....	100
4.5.3 Sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif (SR)	101
4.6 Pembahasan	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 KESIMPULAN	111
5.2 SARAN	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	117

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 BTS sebagai Boyband K-Pop Terkaya	7
Gambar 1.2 Nilai Transaksi Tokopedia.....	10
Gambar 1.3 Tokopedia x BTS	13
Gambar 2.1 Bagan Teori SOR	46
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Berpikir	48

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4.1 Data responden yang memiliki aplikasi Tokopedia.....	69
Tabel 4.2 Data responden yang mengetahui BTS (Bangtan Sonyeondan)	69
Tabel 4.3 Responden berdasarkan jenis kelamin	70
Tabel 4.4 Responden berdasarkan usia	70
Tabel 4.5 Responden berdasarkan pendidikan terakhir	71
Tabel 4.6 Responden berdasarkan wilayah tempat tinggal.....	72
Tabel 4.7 Responden berdasarkan pekerjaan	74
Tabel 4.8 Pernyataan Mengenai Tingkat Dikenalnya Seorang Selebriti	75
Tabel 4.9 Pernyataan Mengenai Kepopuleran BTS Menjadi Brand Ambassador.	76
Tabel 4.10 Pernyataan Mengenai Sosok BTS Di Indonesia Yang Tidak Asing....	77
Tabel 4.11 Pernyataan Mengenai Kesamaan Generasi Dengan Selebriti	78
Tabel 4.12 Pernyataan Mengenai Ketertarikan Budaya Yang Sama Dengan BTS	78
Tabel 4.13 Pernyataan Mengenai Kesamaan Persepsi Dalam Berbelanja di <i>E-Commerce</i>	79
Tabel 4.14 Pernyataan Mengenai Penampilan Fisik BTS.....	80
Tabel 4.15 Pernyataan Mengenai Style Dan Musik Dari BTS	80
Tabel 4.16 Pernyataan Mengenai Sikap Baik BTS.....	81
Tabel 4.17 Pernyataan Mengenai Keyakinan Yang Diberikan BTS.....	82
Tabel 4.18 Pernyataan Mengenai Tokopedia Menjadi Alat Pemenuhan Kebutuhan	83
Tabel 4.19 Pernyataan Mengenai Tokopedia Sebagai Situs Terpercaya	84
Tabel 4.20 Pernyataan Mengenai Ketertarikan Membeli Produk di Tokopedia	84
Tabel 4.21 Pernyataan Mengenai Konsumen Menuju Tokopedia Dalam Mencari Produk.....	85
Tabel 4.22 Pernyataan Mengenai Konsumen Tetap Membeli Produk di Tokopedia Meski Harga Berbeda.....	86

Tabel 4.23 Pernyataan Mengenai Produk di Tokopedia Merupakan Produk Yang Terpercaya	87
Tabel 4.24 Pernyataan Mengenai Tokopedia Memiliki Harga Terbaik di Periode Tertentu	87
Tabel 4.25 Pernyataan Mengenai Konsumen Mempertimbangkan Coba Produk Yang Diiklankan Oleh BTS	88
Tabel 4.26 Pernyataan Mengenai Pertimbangan Hanya Membeli di Tokopedia Karena BTS	89
Tabel 2.27 Pernyataan Mengenai Produk di Tokopedia Membuat Konsumen Tertarik	90
Tabel 4.28 Pernyataan Mengenai Konsumen Tertarik Membeli Karena BTS Brand Ambassador Tokopedia	90
Tabel 4.29 Pernyataan Mengenai Konsumen Tidak Ragu Membeli di Tokopedia Karena Keamanannya Terjamin.....	91
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y	92
Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y.....	93
Tabel 4.32 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	95
Tabel 4.33 Tingkat Hubungan Koefisien Korelasi	96
Tabel 4.34 Hasil Nilai Koefisien Determinan.....	97
Tabel 4.35 Hasil Uji Parsial (uji t)	99
Tabel 4.36 Hasil Uji Simultan (uji F)	100
Tabel 4.37 Hasil Koefisien Korelasi	101

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	115
Lampiran 2 Karakteristik Responden Penelitian	121
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	124
Lampiran 4 Hasil Output SPSS.....	125
Lampiran 5 Tabel Tabulasi Variabel X.....	127
Lampiran 6 Tabel Tabulasi Variabel Y.....	130
Lampiran 7 Distribusi Tabel T.....	133
Lampiran 8 Distribusi Tabel F.....	134
Lampiran 9 Kartu Bimbingan	139

ABSTRAK

RIDA FEBIANTY PUTRI, 1643010155, Pengaruh Daya Tarik Boyband BTS (Bangtan Sonyeondan) Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di *E-Commerce* Tokopedia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik BTS sebagai *brand ambassador* berupa *Familiarity*, *Similarity* dan *Likeability* terhadap keputusan pembelian produk di e-commerce Tokopedia. Data sampel diperoleh dari 100 responden yang berusia 18-35 tahun berdomisili Surabaya serta mengetahui BTS merupakan *brand ambassador* Tokopedia melalui penyebaran kuesioner dengan teknik purposive sampling. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini dengan dukungan uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Variabel *familiarity* dan *Similarity* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) Variabel *likeability* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Variabel *Similarity* memiliki hasil yang lebih besar daripada variabel *Familiarity*. Secara simultan, ketiga variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan yang berarti bahwa daya tarik BTS memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk di e-commerce Tokopedia.

Kata Kunci: Daya Tarik (*Familiarity*, *Similarity*, *Likeability*), Keputusan Pembelian

RIDA FEBIANTY PUTRI, 1643010155, The Influence of the Attractiveness of the Boyband Bts (Bangtan Sonyeondan) as a Brand Ambassador on Product Purchasing Decisions at Tokopedia E-Commerce.

This study aims to analyze the effect of the attractiveness of BTS as brand ambassadors in the form of Familiarity, Similarity and Likeability on product purchasing decisions at Tokopedia e-commerce. Sample data were obtained from 100 respondents aged 18-35 years who live in Surabaya and know that BTS is Tokopedia's brand ambassador through distribution of questionnaires with purposive sampling technique. Multiple linear regression analysis was used to test the research hypothesis with the support of the t test, F test and the coefficient of determination. The results of this study indicate that: 1) Familiarity and similarity variables have a positive and significant influence on purchasing decisions. 2) The likeability variable has no influence on purchasing decisions at Tokopedia. The Similarity variable has greater results than the Familiarity variable. Simultaneously, the three variables have a positive and significant influence, which means that the attractiveness of BTS has an influence on product purchasing decisions at Tokopedia's e-commerce.

Key Words: *Attractiveness (Familiarity, Similarity, Likeability), Purchasing Decisions*

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Nama : Rida Febianty Putri
NPM : 1643010155
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Boyband BTS (Bangtan Sonyeondan) Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di *E-Commerce* Tokopedia.

Dengan ini menyatakan :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun diinstitusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 20 Maret 2023

Yang Menyatakan,



Rida Febianty Putri