

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP  
MINAT BELI ALBUM *BOYGROUP TXT* DI KALANGAN *FANS K-POP*  
GENERASI MILLENNIAL DAN Z**



**Diajukan Oleh:**

**Naura Aditya Pradipta**  
**19012010283/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2023**

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP  
MINAT BELI ALBUM *BOYGROUP TXT* DI KALANGAN *FANS K-POP*  
GENERASI MILLENNIAL DAN Z**



**Diajukan Oleh:**

**Naura Aditya Pradipta**  
**19012010283/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP  
MINAT BELI ALBUM *BOYGROUP TXT* DI KALANGAN *FANS K-POP*  
GENERASI MILLENNIAL DAN Z**

Disusun Oleh:

**NAURA ADITYA PRADIPTA**  
19012010283/FEB/EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 15 September 2023

Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si**  
NIP. 196901132021212003

Pembimbing.  
Pembimbing Utama



**Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M**  
NPT. 380121002881

Pembimbing Pendamping



**Wilma Cordelia Izaak, SE., MM**  
NIP. 17219831020049

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.**  
NIP. 196304201991032001

22 SEP 2023



**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS  
KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Naura Aditya Pradipta  
NPM : 19012010283  
NIK : 3578224406010002  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya/ 04 Juni 2001  
Alamat : Ketintang Wiyata I/18  
Judul Artikel : The Effect of Product Design and Digital Marketing on  
Buying Interest of TXT Boygroup Album Among K-pop  
Fans Generation Millennials and Z

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 15 September 2023  
yang menyatakan,



Naura Aditya Pradipta

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam karena telah mengirimkan rahmat-Nya sehingga selesainya skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain Produk Dan *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Album *Boygroun TXT* di Kalangan *Fans K-Pop* Generasi Millennial dan Z” dengan lancar tanpa ada kurang satu apapun. Sholawat serta salam tidak lupa panjatkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang telah membawa peradaban baru dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang. Karena beliau adalah satu-satunya Nabi pembawa syafaat dan suri tauladan paling sempurna bagi seluruh umat manusia.

Dalam rangka menjalankan peraturan pemerintah yang mengharuskan setiap perguruan tinggi bergelar Strata 1 (S1) atau sarjana menyelesaikan tugas akhir, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur mewajibkan setiap lulusannya mampu menyusun karya tulis ilmiah hasil penelitian yang memadai dalam bentuk skripsi. Penyusunan skripsi ini tidak dapat tersusun sedemikian rupa tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak terkait sarana, prasarana, pemikiran, kritik dan saran yang membangun. Oleh karena itu, terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas memberi kesempatan untuk dapat melakukan studi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. CRP. selaku Dekan FEB Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan persetujuan.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, S.E., M.M., CRP. selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan arahan dan bimbingan.
4. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si. selaku Koordinasi Prodi S1 Manajemen yang telah memberikan arahan dan bimbingan.
5. Ibu Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M. dan Ibu Wilma Cordelia Izaak, S.E., M.M. selaku pembimbing, atas segala kesabaran, motivasi, bimbingan, ilmu, perhatian, serta keikhlasan waktunya dalam membimbing untuk menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan.
7. Kedua Orang Tua dan kedua kakak yang tiada henti memberikan dukungan, doa, semangat, nasihat, serta dukungan moral dan finansial selama ini.
8. Panglima Revandityo Shije dan M. Fairuz Najmuddin Adya yang telah berjuang dan saling mendukung satu sama lain dalam penyelesaian tugas akhir ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Dapat disadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi penulisan maupun materi yang terkandung di dalamnya, mengingat keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak selalu diharapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Mohon maaf bila terdapat kesalahan penulisan kata yang kurang berkenaan dalam skripsi ini. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya pihak-pihak yang berkepentingan pada umumnya. Semoga semua bantuan yang telah diberikan mendapat imbalan dari Allah SWT. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa meridhoi segala urusan yang terjadi di dunia ini. Aamiin.

Surabaya, 21 Mei 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
Abstraksi .....	ix
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian .....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II .....	19
2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
2.2 Landasan Teori.....	27
2.2.1 Pemasaran .....	27
2.2.2 Manajemen Pemasaran .....	28
2.2.3 Desain Produk.....	29
2.2.3.1 Strategi Desain Produk .....	30
2.2.3.2 Indikator Desain Produk .....	30
2.2.4 <i>Digital Marketing</i> .....	31
2.2.4.1 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Digital Marketing</i> .....	32
2.2.4.2 Indikator <i>Digital Marketing</i> .....	34
2.2.5 Minat Beli .....	35
2.2.5.1 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	36
2.2.5.2 Indikator Minat Beli.....	37
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	37



2.3.1 Hubungan antara Desain Produk dengan Minat Beli .....	37
2.3.2 Hubungan Antara <i>Digital Marketing</i> Dengan Minat Beli .....	38
2.4 Kerangka Pemikiran .....	39
2.5 Hipotesis .....	40
BAB III .....	41
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	41
3.1.1 Definisi Operasional .....	42
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	44
3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	45
3.2.1 Populasi .....	45
3.2.2 Sampel .....	46
3.3 Teknik Pengambilan Data .....	47
3.3.1 Jenis data .....	47
3.3.2 Sumber Data .....	47
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	48
3.4.1 Teknik Analisis .....	48
3.4.1.1 Cara Kerja <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	49
3.4.1.2 Langkah-Langkah <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	50
3.5 Uji Hipotesis .....	56
BAB IV .....	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	57
4.1.1 Gambaran Umum Album Boygroup TXT .....	57
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	58
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden .....	58
4.2.2 Deskripsi Variabel Desain Produk .....	59
4.2.3 Deskripsi Variabel Digital Marketing .....	61
4.2.4 Deskripsi Variabel Minat Beli .....	64
4.3 Analisis Data .....	66
4.3.1 Analisis Model PLS .....	66

4.3.2 Interpretasi Hasil PLS.....	67
4.3.2.1 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	67
4.3.3.2 Evaluasi Pengujian Struktural Model (Inner Model) .....	74
4.4 Pengujian Hipotesis .....	75
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
4.5.1 Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli .....	77
4.5.2 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli .....	78
BAB V .....	80
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN .....	85

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Penjualan Album Fisik K-Pop Tahun 2011-2020 .....	2
Gambar 1.2 Chart Top Album Sales Boygroup TXT Pada Tanggal 27 Mei 2023	6
Gambar 1.3 Streaming Spotify Pada Boygroup TXT Tahun 2020 – 2023 .....	8
Gambar 1.4 Total Followers Yang Diperoleh TXT dari Spotify, Youtube, Twitter, Instagram, Tiktok.....	10
Gambar 1.5 Instagram Official Boygroup TXT .....	12
Gambar 1.6 Twitter Official Boygroup TXT .....	13
Gambar 1.7 Weverse Shop Album Boygroup TXT .....	14
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	39
Gambar 3.1 Skala Likert.....	45
Gambar 3.2 Langkah – Langkah PLS .....	50
Gambar 3.3 Diagram Jalur.....	52
Gambar 4.1 Model Konseptual PLS.....	66

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Nama Album Boygroup TXT dan Tanggal Rilis Album Selatan.....	7
Tabel 1.2 Reputasi Brand Boygroup TXT Tahun 2019-2023 di Korea Selatan ..	15
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Generasi.....	59
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Desain Produk.....	60
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Digital Marketing.....	62
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli .....	64
Tabel 4.6 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....	68
Tabel 4.7 Cross Loading .....	70
Tabel 4.8 Average Variance Extracted .....	71
Tabel 4.9 Composite Realibility .....	72
Tabel 4.10 Latent Variable Correlation.....	73
Tabel 4.11 R-Square .....	74
Tabel 4.12 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) .....	76

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP  
MINAT BELI ALBUM BOYGROUP TXT DI KALANGAN FANS K-POP**

**NAURA ADITYA PRADIPTA**  
**19012010283**

**Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen desain produk dan *digital marketing* yang mempengaruhi variabel independen minat beli pada album *boygroup* TXT. Penelitian ini dilaksanakan terhadap *fans K-pop*. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 104 responden, dengan menggunakan metode *convenience sampling*. Penyebaran kuesioner digunakan sebagai pengumpulan data dengan populasi pada generasi *millennials* dan *gen Z*. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan *partial least squares (PLS)*. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan telah ditemukan bahwa: 1) Desain Produk berpengaruh positif terhadap minat beli. 2) Digital Marketing berpengaruh positif terhadap minat beli. Agar album *boygroup* TXT dapat meningkatkan minat beli konsumen maka disarankan agar melakukan adanya perubahan daya tahan pada album *boygroup* TXT sebagai nilai lebih dibanding album lain, dan mempertahankan kualitas mutu dan informasi mengenai album *boygroup* TXT yang sudah dibentuk.

**Kata Kunci:** Desain Produk, Digital Marketing, Minat Beli