

**PENGARUH IDOL K-POP *NEO CULTURE TECHNOLOGY* (NCT)
DREAM SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SNACK TOSTOS*
(Studi Kasus Pada Penggemar NCT Dream di Kota Surabaya)**

SKRIPSI



Oleh :

Natasya Melda Fitriani

NPM. 21042010295

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

**PENGARUH IDOL K-POP *NEO CULTURE TECHNOLOGY* (NCT)
DREAM SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SNACK TOSTOS***

(Studi Kasus Pada Penggemar NCT Dream di Kota Surabaya)

SKRIPSI



Oleh :

Natasya Melda Fitriani

NPM. 21042010295

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH IDOL K-POP NEO CULTURE TECHNOLOGY (NCT)
DREAM SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SNACK TOSTOS (STUDI KASUS
PADA PENGGEAR NCT DREAM DI KOTA SURABAYA)

Disusun Oleh:

NATASYA MELDA FITRIANI

NPM. 21042010295

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama


Dra. Siti Ning Farida, M., Si.
NIP. 1964072919900320001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M., Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH IDOL K-POP NEO CULTURE TECHNOLOGY (NCT) DREAM SEBAGAI BRAND
AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK SNACK TOSTOS
(STUDI KASUS PADA PENGGEMAR NCT DREAM DI KOTA SURABAYA)**

Disusun Oleh:

NATASYA MELDA FITRIANI
NPM. 21042010295

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal 3 Maret 2026

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

Dra. Siti Ning Farida, M., Si.
NIP. 1964072919900320001

TIM PENGUJI

1. Ketua

Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

2. Sekretaris

Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

3. Anggota

Dra. Siti Ning Farida, M., Si.
NIP. 1964072919900320001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, M., Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Natasya Melda Fitriani
NPM : 21042010295
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 04 Maret 2026
Yang Membuat pernyataan



Natasya Melda Fitriani
NPM. 21042010295

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Idol K-Pop NCT Dream Sebagai *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk *Snack TosTos* (Studi Kasus Pada Penggemar NCT Dream di Kota Surabaya)”** dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M., Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan serta masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Teristimewa, skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Samsun dan Ibu Tri Ayu yang selalu menjadi rumah terhangat dalam setiap langkah bagi si bungsu ini. Terima kasih atas segala doa yang tiada henti dipanjatkan, kasih sayang, motivasi, dan dukungan baik moral maupun materil yang tak terhingga. Doa-doa dari ayah dan ibu akan selalu

menjadi nafas perjuangan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Untuk keponakan penulis, Yasmin. Terimakasih ya adek, karena selalu menjadi *moodbooster* di saat tante lagi capek dan pusing mikirin skripsi. Salah satu alasan bisa terselesaikannya skripsi ini juga karena Yasmin.
6. Untuk sahabat penulis sejak awal masa perkuliahan, Salma, Icha, dan Tiara. Penulis ucapkan beribu-ribu terima kasih kepada kalian karena selalu memberikan semangat dan menjadi *support system* kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas semua momen-momen sederhana yang ternyata sangat begitu bermakna bagi penulis.
7. Kepada sahabat penulis, Yolanda. Terimakasih telah menjadi tempat keluh dan kesah bagi penulis. Terimakasih karena selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa yang diberikan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang terlibat yang tidak bisa disebutkan satu persatu disini, terimakasih telah memberikan motivasi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Untuk Group K-Pop NCT, terimakasih atas lagu dan karya kalian yang selalu menemani perjalanan penulis dari awal hingga akhir selesainya skripsi ini. Khususnya Lee Haechan, terimakasih telah memberikan sumber penyemangat, inspirasi dan kekuatan bagi penulis dalam proses perjuangan ini. Musik, pesan, dan ketulusan yang telah diberikan kepada penulis, akan

selalu memberikan warna dan kekuatan yang luar biasa dalam perjalanan hidup bagi seorang Natasya Melda Fitriani.

10. Terakhir, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada diri saya sendiri, Natasya Melda Fitriani. Terimakasih sudah bertahan dan berjuang sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dengan banyak keraguan akan diri sendiri namun masih tetap dijalani, serta setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meskipun tidak semua hal berjalan sesuai harapan. Penulis sangat bangga kepada diri sendiri karena mampu melewati berbagai fase sulit dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga ke depannya, raga ini tetap kuat, hati tetap tegar, dan jiwa tetap lapang dalam menghadapi setiap proses kehidupan. Sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini, dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin merupakan pencapaian luar biasa yang patut dibanggakan dan diingat untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu kritik dan saran yang bermanfaat dan membangun sangatlah diharapkan dalam mencapai kesempurnaan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pihak lain yang membutuhkan.

Surabaya, 10 Oktober 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Pemasaran	14
2.2.2 <i>Brand Ambassador</i>	18
2.2.3 <i>Brand Image</i>	24
2.2.4 Minat Beli	27
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	29
2.3 Pengaruh Antar Variabel	31
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli.....	31
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli.....	32
2.4 Kerangka Berpikir.....	32
2.5 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35

3.2.1	Definisi Operasional.....	35
3.2.2	Pengukuran Variabel	39
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	40
3.3.1	Populasi.....	40
3.3.2	Sampel.....	41
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data	43
1.1	Jenis Data	43
2.1	Sumber Data.....	43
3.1	Pengumpulan Data	43
3.5	Uji Validitas Reliabilitas	44
3.5.1	Uji Validitas.....	44
3.5.2	Uji Reliabilitas	45
3.6	Teknik Analisis Data	46
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	46
3.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.6.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	48
3.6.4	Uji Hipotesis	49
3.6.5	Uji F (Simultan)	49
3.6.6	Uji t (Parsial).....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Deskripsi Perusahaan	54
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	54
4.1.2	Visi Misi Perusahaan.....	55
4.1.3	Logo Perusahaan	55
4.2	Penyajian Data	56
4.2.1	Karakteristik Responden	56
4.2.2	Analisis Deskriptif Jawaban Responden	60
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	69
4.3.1	Uji Validitas.....	69
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	71

4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda	73
4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	75
4.4 Pembahasan.....	80
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Brand Image</i> Secara Simultan Terhadap Minat Beli.....	80
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Secara Parsial Terhadap Minat Beli	81
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Secara Parsial Terhadap Minat Beli	82
BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	58
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Snack TosTos x NCT Dream	59
Tabel 4. 6 Dasar Interpretasi Skor Item Variabel Penelitian	60
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Brand Ambassador	61
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Brand Image	64
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Minat Beli	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	72
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji F (Simultan)	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji t (Parsial)	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Prediksi Total Volume Distribusi Makanan Ringan di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Grafik Demografi Konsumen Makanan Ringan di Indonesia Tahun 2021	2
Gambar 1. 3 Poster TosTos x NCT Dream	6
Gambar 1. 4 Informasi Event Meet & Greet Bersama NCT Dream di Korea Selatan	8
Gambar 1. 5 Iklan TosTos x NCT Dream	9
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 3. 1 Kurva Uji F (Simultan)	51
Gambar 3. 2 Kurva Uji T (Parsial)	53
Gambar 4. 1 Logo PT Dua Kelinci	56
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas	71
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Gambar 4. 4 Kurva Hasil Uji F	77
Gambar 4. 5 Kurva Hasil Uji t Variabel X_1	79
Gambar 4. 6 Kurva Hasil Uji t Variabel X_2	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Pernyataan Kuesioner.....	90
Lampiran 2. Uji Validitas	93
Lampiran 3. Uji Reliabilitas	94
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik.....	95
Lampiran 5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	96
Lampiran 6. Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	96
Lampiran 7. Uji F (Simultan).....	96
Lampiran 8. Uji t (Parsial)	96
Lampiran 9. Hasil Uji Plagiasi	97
Lampiran 10. LoA Jurnal	98

ABSTRAK

NATASYA MELDA FITRIANI, Pengaruh Idol K-Pop NCT Dream Sebagai *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk *Snack* TosTos (Studi Kasus Pada Penggemar NCT Dream di Kota Surabaya)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap minat beli produk *snack* TosTos x NCT Dream pada penggemar NCT Dream di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah penggemar NCT Dream di Kota Surabaya. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan teknik *non probability sampling* dan *purposive sampling*, dengan kriteria penggemar NCT Dream di Kota Surabaya yang berusia minimal 17 tahun dan pernah melakukan pembelian pada *snack* TosTos x NCT Dream lebih dari satu kali. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *Brand Ambassador* dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk *snack* TosTos, terbukti dengan $F_{hitung} 36,853 > F_{tabel} 2,70$ dengan nilai $sig < 0,001$. Secara parsial *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk *snack* TosTos, terbukti dengan $t_{hitung} 4,485 > t_{tabel} 1,984$ dengan nilai $sig < 0,001$. Secara parsial *Brand Image* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk *snack* TosTos, terbukti dengan $t_{hitung} 1,645 < t_{tabel} 1,984$ dengan nilai $sig 0,103$.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Minat Beli

ABSTRACT

NATASYA MELDA FITRIANI, *The Influence of K-Pop Idol NCT Dream as Brand Ambassador and Brand Image on the Purchase Interest of TosTos Snack Products (Case Study of NCT Dream Fans in Surabaya City)*

This study aims to determine and analyze the influence of Brand Ambassador and Brand Image on the purchasing interest of TosTos x NCT Dream snack products among NCT Dream fans in Surabaya. This study uses a quantitative approach with an associative research type. Data collection in this study uses a questionnaire. The population in this study are NCT Dream fans in Surabaya. The sample used consisted of 100 respondents selected using non-probability sampling and purposive sampling techniques, with the criteria being NCT Dream fans in Surabaya City who were at least 17 years old and had purchased TosTos x NCT Dream snacks more than once. Data analysis was performed using multiple linear regression with the help of SPSS 27. The results of this study indicate that Brand Ambassador and Brand Image simultaneously have a significant effect on the purchase interest of TosTos snack products, as evidenced by $F_{count} 36.853 > F_{table} 2.70$ with a sig value < 0.001 . Partially, Brand Ambassador significantly affects the purchase intention of TosTos snack products, as evidenced by $t_{count} 4.485 > t_{table} 1.984$ with a sig value < 0.001 . Partially, Brand Image does not significantly influence the purchase intention of TosTos snack products, as evidenced by $t_{count} 1.645 < t_{table} 1.984$ with a sig value of 0.103.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Image, Purchase Intention*