

SKRIPSI

**PERAN BANGTAN SONYEONDAN (BTS) SEBAGAI BRAND AMBASSADOR
TERHADAP MINAT BELI YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI APLIKASI TOKOPEDIA**



OLEH:

Intan Nur Ilham

NIM: 02220200190

Program Studi Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR**

2024

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Peran Bangtan Sonyeondan (BTS) Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian di Aplikasi Tokopedia

Nama Mahasiswa : Intan Nur Ilham

Nomor Stambuk : 02220200190

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Dasar Penetapan Pembimbing : 1868/H.20/FEB/UMI/III/2023

Disahkan Oleh :

Pembimbing I



Prof. Dr. Roslina Atam, SE.,M.Si

Pembimbing II



Dr. Aditya Halim Perdana Kusuma, SE.,MM

Mengetahui

Dekan



Dr. H. Muhammad Syafi'i A Basalamah, SE.,MM

Ketua Jurusan



Moh. Zulkifli Murfat, S.Kom., SE.,MM

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Judul Skripsi : Peran Bangtan Sonyeondan (BTS) Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian di Aplikasi Tokopedia

Nama Mahasiswa : Intan Nur Ilham

Nomor Stambuk : 02220200190

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Dasar Penetapan Penguji : 0857/K.15/FEB/UMI/III/2024

Disahkan Oleh :

Komisi Penguji :

Prof. Dr. Roslina Alam, SE.,M.Si	Ketua	: ()
Dr. Sabri Hasan, SE.,MM	Anggota	: ()
Dr. St. Sukmawati Samad, SE.,MM	Anggota	: ()
Dr. Aditya Halim Perdana K, SE.,MM	Anggota	: ()

Mengetahui
Dekan


Dr. H. Muhammad Syafi'i A Basalamah, SE.,MM

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang beranda tangan dibawah ini:

Nama : Intan Nur Ilham

Nomor Mahasiswa : 02220200190

Jurusan/Prodi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul: PERAN BANGTAN SONYEONDAN (BTS) SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP MINAT BELI YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI TOKOPEDIA.

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Makassar, 25 Februari 2024



Intan Nur Ilham
02220200190

KATA PENGANTAR

Segala puji kepada Allah subhabahu wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan serta karunia-NYA sehingga skripsi dengan judul “Peran Bangtan sonyeondan (BTS) terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian di aplikasi Tokopedia” dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Manajemen (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di universitas muslim indonesia makassar.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak prof. Dr. H. Sufirman rahman, SH.,MH. Selaku rektor Universitas Muslim Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Syafi'i A Basalamah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Moh. Zulkifli Murfat, S.Kom, SE., MM dan Bapak Dr. Achriansah Ahmad Gani, SE., MM selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.
4. Ibunda Prof. Dr. Roslina Alam,S.E.M.Si dan Bapak Dr. Aditya Halim Perdana Kusuma,SE.,M.M selaku Dosen pembimbing skripsi, terima

kasih telah berkenan meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing saya, bersedia untuk mengingatkan, memberikan motivasi, tambahan ilmu, arahan dan solusi dari setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.

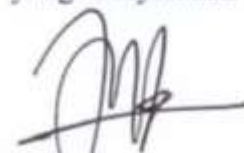
5. Bapak Dr. Sabri Hasan, SE., MM dan ibu Dr. St. Sukmawati Samad selaku penguji I dan II yang telah memberikan saran, masukan, dan koreksi mulai dari awal sampai selesainya skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia makassar yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat serta membantu kelancaran proses studi penulis selama masa perkuliahan.
7. Orang tua saya bapak ilham abdul salam dan mama nilawati hadade yang telah membesarkan, mendidik, dan menyayangi saya sepenuh hati. Mereka berdua telah berjuang memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya, selalu mendoakan saya tanpa henti, dan tak pernah lelah memotivasi, mengingatkan serta mendukung saya hingga saat ini.
8. Kakak pertama saya Nilam cahyani ilham, adik pertama saya Ajwa nur ramadhani, dan adik bungsu saya Adinda bilqis syahrani yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan.
9. Bangtan sonyeondan (BTS) yang telah menjadi subjek utama dalam penelitian ini yang telah memberikan motivasi dan semangat dengan lagu-lagunya selama masa pengerjaan skripsi ini.

10. Sobat kansas korslet, Sobat IPS *for world*, sobat mending turu, sobat ummul dan segenap keluarga *BNV DESTEEFORD* yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
11. Teman-teman seperjuangan Masita Amalia, Sagita Ramadhani, Refka indriani rahman, Farastuty Munir, Uyun Ramadhani, keluarga B4 Manajemen, keluarga Pejuang Rupiah, keluarga KKN 72 desa pettuadae yang selalu membantu, mendukung, saling bertukar pikiran dan ilmu serta senantiasa berjuang bersama.
12. Diri saya sendiri, yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terimakasih karena selalu berfikir positif ketika keadaan tidak sempat berpihak, dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, hingga akhirnya mampu membuktikan bahwa bisa mengandalkan diri sendiri.

Penulis memahami bahwa tidak ada yang sempurna di dunia, tak terkecuali skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kepada pembaca berkenan memberikan saran yang membangun guna memberikan koreksi pada skripsi ini dan diadakan perbaikan untuk penulis berikutnya.

Makassar, 25 Februari 2024

yang menyatakan



Intan Nur Ilham

ABSTRAK

Intan Nur Ilham. 02220200190. Peran Bangtan Senyeondan (BTS) Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tokopedia di bimbing oleh ibu Prof. Dr. Roslina Alam,S.E.M.Si dan bapak Dr. Aditya Halim Perdana Kusuma,SE.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran BTS sebagai *Brand Ambassador* terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian di aplikasi Tokopedia. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 90 responden yang pernah berbelanja di aplikasi tokopedia. teknik pengambilam sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive Sampling*, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang di gunakan adalah kuantitatif. Teknik pengolahan data yang digunakan yaitu Partial Least Square (PLS) Melalui Outer Model atau Measurement Model dan Model Struktural (Inner Model) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung pada variabel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Brand Ambassador berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian di aplikasi Tokopedia.

Kata kunci: Brand Ambassador, minat beli, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Intan Nur Ilham. 02220200190. *The role of Bangtan Senyeondan (BTS) as a Brand Ambassador for buying interest that has an impact on purchasing decisions on the Tokopedia application was guided by Prof. Dr. Roslina Alam, S.E.M.Si and Dr. Aditya Halim Perdana Kusuma, SE., M.M*

The purpose of this study is to determine the role of BTS as a Brand Ambassador to buying interests that impact purchasing decisions in Tokopedia applications. The population in this study consisted of 90 respondents who had shopped on a store app. The sampling technique in this study used the purposive Sampling technique, a method of collecting data using questionnaires. The data analysis method used is quantitative. The data processing technique used is Partial Least Square (PLS) Through Outer Model or Measurement Model and Structural Model (Inner Model) which aims to address direct and indirect influences on variables.

The results of this study show that Brand Ambassadors have a significant and positive effect on buying interest that impacts purchasing decisions in Tokopedia applications.

Keywords: Brand Ambassador, buying interest, purchasing decision.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Teori	8
1. Brand Ambassador.....	8
2. Minat beli.....	10
3. Keputusan pembelian.....	11
B. Penelitian Terdahulu	12
C. Kerangka konseptual Penelitian.....	25
D. Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan penelitian	27
B. Lokasi dan waktu penelitian	27
C. Jenis dan sumber data	27
D. Teknik pengumpulan data.....	28
E. Populasi dan sample	30
F. Definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
1. Sejarah umum Tokopedia Indonesia	40
2. Visi dan misi perusahaan Tokopedia	43
3. Logo perusahaan	43

4. Jenis Produk dan Layanan	43
B. Penyajian Data.....	46
1. Karakteristik Responden.....	46
C. Analisis dan pengujian hipotesis.....	50
A. Analisis data	50
1. Menilai Outer Model atau Measurement Model	50
A. Uji Hipotesis	54
D. Pembahasan.....	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	61
A. Simpulan.....	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN - LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. Penelitian terdahulu	13
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	47
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	48
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Belanja	49
Tabel 8. <i>Outer Loadings</i> (Measurement Model) Model awal	51
Tabel 9. Nilai <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	52
Tabel 10. <i>Reability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	52
Tabel 11. Nilai R-Square	54
Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data persaingan <i>E-commerce</i> di indonesia Q3 2020	3
Gambar 2. Data persaingan <i>E-commerce</i> di indonesia Q4 2020	3
Gambar 3. Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4. Tokopedia x BTS	41
Gambar 5. logo perusahaan tokopedia.....	43
Gambar 6. Menu Tokopedia di smartphone	44
Gambar 7. Kolom ulasan	45
Gambar 8. Menu kategori produk.....	45
Gambar 9. Model Struktural yang telah diuji	54