



**PENGARUH *KOREAN BRAND* AMBASSADOR (*BOYBAND* BTS),
DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Alifia Maharani 1910111137

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA
2022**



**PENGARUH *KOREAN BRAND* AMBASSADOR (*BOYBAND* BTS),
DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

Alifia Maharani 1910111137

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Alifia Maharani

NIM : 1910111137

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Desember 2022

Yang
menyatakan,



Alifia Maharani

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alifia Maharani
NIM : 1910111137
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**“PENGARUH KOREAN BRAND AMBASSADOR (BOYBAND BTS) DAN MINAT BELI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKOPEDIA”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 29 Desember 2022

Yang menyatakan materai



(Alifia Maharani)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KOREAN *BRAND AMBASSADOR (BOYBAND BTS)* DAN
MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI
TOKOPEDIA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Alifia Maharani 1910111137

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 29 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dra. Bernadin Dwi, MM
Ketua Penguji



Dr. Alfatih S. Manggabarani, M.Si
Penguji I



Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Ariestara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidavati, SE, MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 29 Desember 2022

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Kamis, tanggal 29 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Alifia Maharani

No. Pokok Mahasiswa : 1910111137

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Korean Brand Ambassador (Boyband BTS) dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Tokopedia

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Pengui

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Bernadin Dwi, MM	Ketua	1.
2	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Anggota I	2.
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota II **)	3.

Keterangan

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Dosen Pembimbing

Jakarta, 29 Desember 2022
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprodik Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

Pengaruh *Korean Brand Ambassador (Boyband BTS)* dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Tokopedia

Oleh Alifia Maharani

Abstrak

Fenomena “Gelombang Korea” merupakan fenomena yang menjelaskan kebudayaan pop Korea yang kini menjadi salah satu *trend* mendunia yang diminati secara global. *Korean Wave* ini yang kemudian membentuk suatu inisiasi dalam bidang pemasaran untuk menarik minat belanja konsumen dengan memanfaatkan pengaruh keputusan pembelian bagi para konsumen menggunakan peluang baru dari efek dari *Korean Brand Ambassador*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Korean Brand Ambassador (Boyband BTS)* dan minat beli terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui Google Form. Metode penelitian menggunakan non-probability sampling dengan purposive sampling terhadap sebanyak 100 responden yang memiliki aplikasi Tokopedia dan berdomisili di Kota Bogor. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Korean Brand Ambassador (Boyband BTS)* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Tokopedia dengan nilai *original sample* 0,230. (2) Minat beli berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Tokopedia dengan nilai *original sample* 0,681.

Kata Kunci: *Korean Brand Ambassador*, Minat Beli, Keputusan Pembelian,

The Influence of Korean Brand Ambassadors (Boyband BTS) and Purchase Intention on Consumer Purchase Decisions at Tokopedia

By Alifia Maharani

Abstract

The phenomenon of "Korean Wave" is a phenomenon that explains Korean pop culture which has now become a worldwide trend that is in global demand. This Korean Wave then formed an initiation in the field of marketing to attract consumer shopping interest by utilizing the influence of purchasing decisions for consumers using new opportunities from the effects of Korean Brand Ambassadors. This study aims to determine and explain the influence of the Korean Brand Ambassador (Boyband BTS) and purchase intention on the purchase decisions of Tokopedia consumers. This study uses a quantitative descriptive analysis method by distributing questionnaires through Google Form. The research method uses non-probability sampling with purposive sampling of 100 respondents who have the Tokopedia application and are domiciled in Bogor City. The analysis technique used in this research is Partial Least Square (PLS). The results of the study show that (1) the Korean Brand Ambassador (Boyband BTS) has a significant effect on consumer purchasing decisions at Tokopedia with an original sample value of 0.230. (2) Purchase intention has a significant effect on consumer purchasing decisions at Tokopedia with an original sample value of 0.681.

Keywords: *Korean Brand Ambassador, Purchase Intention, Purchase Decision*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Korean Brand Ambassador (Boyband BTS)* dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia**”. Skripsi ini dibuat oleh penulis sebagai syarat kelulusan pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis menyadari banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil selama menyusun proposal skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua dan keluarga peneliti yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan doa selamat melakukan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Maria Assumpta Wikantari, S.S.,MBA.,CWM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan yang bermanfaat kepada penulis dalam menyusun penelitian.
3. Ibu Lina Aryani S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selama ini telah membimbing peneliti selama kegiatan akademik berlangsung.
4. Dra. Bernadin Dwi, MM selaku ketua penguji dan Ibu Dr. Alfatih S. Manggabarani, M.Si selaku penguji 1 (satu) yang telah memberikan saran dan kritik kepada peneliti hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kemudahan birokrasi selama terlebih khusus terkait dengan proses awal pendaftaran skripsi hingga skripsi ini diselesaikan.
6. Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSR. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terima kasih atas kemudahan birokrasi yang diberikan kepada peneliti.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Terutama kepada Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, mendidik, dan membimbing peneliti selama perkuliahan. Semoga Bapak dan Ibu selalu dilimpahkan kesehatan, keudahan, dan dalam lingkungan-Nya.

8. Seluruh staf Tata Usaha Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Perpustakaan UPN Veteran Jakarta yang telah membantu dan memudahkan segala urusan administrasi peneliti selama berkuliah.
9. Seluruh masyarakat Kota Bogor yang telah bersedia menjadi responden dan berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Tanpa kesediaan Saudara/I sekalian penelitian ini tidak akan dapat diselesaikan.
10. Kepada Salsabila Divi, Mutiara Angelika, Meilyana, dan Sanjaya Pamulistianto yang senantiasa selalu memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis selama menghadapi kesulitan dalam menyusun penelitian, serta seluruh rekan mahasiswa S1 manajemen yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu atas doa, dukungan, saran, hingga pandangan sebagai bahan berdiskusi selama proses perkuliahan hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwasannya penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun guna menjadikan penelitian ini lebih baik lagi. Adapun harapan penulis, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 29 Desember 2022



Alifia Maharani

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	9
I.3 Tujuan Penelitian.....	10
I.4 Manfaat Penelitan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
II.1 Landasan Teori	12
II.1.1 Pemasaran	12
II.1.2 Keputusan Pembelian	13
II.1.3 Korean Brand Ambassador.....	20
II.1.4 Minat Beli	24
II.2 Hasil Penelitian Terdahulu	26
II.3 Model Penelitian.....	33
II.3.1 Penelitian Deskriptif Kuantitatif.....	33
II.3.2 Desain Penelitian	33
II.3.3 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
III.1.1 Definisi Operasional	37
III.1.2 Pengukuran Variabel	38
III.2 Populasi dan Sampel.....	40
III.2.1 Populasi	40
III.2.2 Sampel	40
III.3 Teknik Pengumpulan Data	42
III.3.1 Jenis Data.....	42
III.3.2 Sumber Data	42

III.3.3 Pengumpulan Data.....	42
III.4 Teknik Uji Analisis dan Uji Hipotesis.....	43
III.4.1 Teknik Analisis Data	43
III.4.2 Analisis Deskriptif.....	44
III.4.3 Analisis Inferensial.....	44
III.4.4 Uji Validitas.....	49
III.4.5 Uji Reliabilitas	49
III.4.6 Uji R <i>Square</i>	50
III.4.7 Uji Q <i>Square</i>	50
III.4.8 Uji Hipotesis	51
III.5 Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
IV.1.1 Profil Tokopedia	53
IV.1.2 Fitur Tokopedia.....	55
IV.2 Deskripsi Data Penelitian	56
IV.2.1 Deskripsi Responden	57
IV.2.2 Analisis Data Deskriptif	60
IV.3 Analisis Uji Hipotesis.....	65
IV.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	66
IV.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	71
IV.3.3 Uji Hipotesis	72
IV.4 Pembahasan	74
IV.4.1 Pengaruh <i>Korean Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	74
IV.4.2 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
IV.5 Keterbatasan Penelitian	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	77
V.1 Simpulan.....	78
V.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	81
RIWAYAT HIDUP.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Popularitas Konten Korea di Indonesia	1
Tabel 2. Matriks Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. Pengukuran Variabel	39
Tabel 4. <i>Skala Likert</i>	43
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	43
Tabel 6. Penjelasan <i>Loading Factor</i>	44
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdomisili di Kota Bogor.....	60
Tabel 10. Tabel Interpretasi Nilai Indeks	61
Tabel 11. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Korean <i>Brand Ambassador</i>	63
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli	64
Tabel 14. <i>Loading Factor</i>	68
Tabel 15. <i>Fornell-Lacker Criterium</i>	69
Tabel 16. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	69
Tabel 17. <i>Composite Reliability</i> Hasil <i>Output PLS</i>	70
Tabel 18. <i>Cronbach's Alpha</i>	70
Tabel 19. <i>R-Square</i>	71
Tabel 20. Uji <i>Q-Square</i>	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kolaborasi Tokopedia dengan BTS	7
Gambar 2. Data E-Commerce Pengunjung Web Bulanan Tertinggi (Kuartal III 2021) ..	8
Gambar 3. Tahapan Keputusan Pembelian.....	14
Gambar 4. Tujuh Langkah Menggunakan <i>SmartPLS</i>	46
Gambar 5. <i>Outer Model</i>	47
Gambar 6. Diagram Jalur.....	48
Gambar 7. Logo Tokopedia.....	53
Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdomisili di Kota Bogor.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	84
Lampiran 2. Keputusan Pembelian.....	88
Lampiran 3. Korean <i>Brand Ambassador</i>	91
Lampiran 4. Minat Beli	94
Lampiran 5. Hasil Pengolahan Data Responden	97
Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Penelitian	98
Lampiran 7. Konstruksi Diagram Jalur	99
Lampiran 8. Hasil <i>Outer Model</i> Sebelum di Re-estimasi.....	100
Lampiran 9. Hasil <i>Outer Model</i> Setelah di Re-estimasi	101
Lampiran 10. Hasil <i>Output Model SmartPLS 3.0 (Inner Model)</i>	102
Lampiran 11. Hasil <i>Output Model SmartPLS 3.0</i>	103
Lampiran 12. Tabel-t	106