



Sumber : Google

Judul Skripsi :

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR WANNA ONE* MELALUI *ONLINE VISUAL MERCHANDISING INNISFREE* TERHADAP PERILAKU *COMPULSIVE BUYING*  
(Survei Pada Grup Penggemar K-POP *Wanna One* Di Line Square)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Almira Dewi Zuleika

NIM : 1410411022



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* WANNA ONE MELALUI  
*ONLINE VISUAL MERCHANDISING INNISFREE* TERHADAP  
*PERILAKU COMPULSIVE BUYING*  
(Survei Pada Grup Penggemar K-POP *Wanna One* Di Line  
Square)**

**SKRIPSI**

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

**Sarjana Ilmu Komunikasi**

**Almira Dewi Zuleika**

**1410411022**

**Periklanan**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAKARTA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2018**

*“Untuk Mama, Papa, Putri, Aya dan Teman-Temanku, Terimakasih Banyak  
Karena Selalu Mendukungku Dalam Keadaan Apapun. Saranghae”*

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Almira Dewi Zuleika

NRP : 1410411022

Tanggal : 29 Juni 2018

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

Yang Menyatakan,



Almira Dewi Zuleika

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Almira Dewi Zuleika

NRP : 1410411022

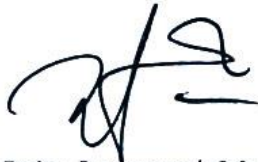
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

Judul : **Pengaruh *Brand Ambassador Wanna One* Melalui *Online Visual Merchandising Innisfree* Terhadap Perilaku *Compulsive Buying* (Survei Pada Grup Penggemar K-Pop *Wanna One*)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

**Pembimbing Utama**



(Ir. Drina Intyaswati, M. Si)

**Pembimbing Pendamping**



(Ahmad Zakki, S.IP., M.Si)

**Ketua Program Studi**



(Damayanti, S. Sos, M. Si)

**Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 10 Juli 2018**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat dan Hidayah-nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal ini. Proposal ini disusun dengan judul **“Pengaruh *Brand Ambassador Wanna One* Melalui *Online Visual Merchandising Innisfree* Terhadap Perilaku *Compulsive Buying*”**.

Dalam penyusunan proposal ini penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, untuk itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun, sangat penulis harapkan.

Penyusunan proposal ini tidak luput dari bantuan dan motivasi serta partisipasi dari semua pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Kepada orangtua, saudara, dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk penulis dalam penyusunan skripsi.
3. Ibu Ir. Drina Intyaswati M, Si selaku Pembimbing I, terimakasih atas bimbingan dan sarannya selama penulis merancang penyusunan skripsi.
4. Bapak Ahmad Zakki selaku Pembimbing II, terimakasih atas bimbingan dan sarannya selama penulis merancang penyusunan skripsi.
5. Ibu Damayanti, S. Sos, M. Si selaku Ketua Program bidang Studi Komunikasi.
6. Bapak Dr. Anter Venus, M.A, Comm selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.
7. Kepada para dosen yang sudah membimbing penulis selama menjalankan aktifitas akademik dalam perkuliahan.
8. Sahabat-sahabat dan teman terbaikku terbaik Annisya Ayudhia Widyastuti, Anisya Juwita, Nabella Diazvina, Eka Julianti, Nicholas Arditya, Agatha Daniel Seta, Muhammad Adliansyah, Fauziah Eka Widya, Dwita Prasamya, Della Novi, Finda, Indah Minarti, Istica Sugi, Wulan, Dini, Cindy dan Wahyu yang telah memberi dukungan, motivasi, waktu dan senantiasa

membantu dalam melaksanakan riset, terimakasih telah mendengar suka dan duka penulis di kala penulis hampir menyerah, dan terimakasih atas segala kebahagiaan yang kalian berikan untuk penulis.

9. Terimakasih kepada GOT7 yang telah memberikan penulis semangat dan kebahagiaan di kala penulis bosan dan penat.
10. Kepada teman-teman Periklanan angkatan 2014 atas kerjasamanya selama ini, semoga kesuksesan akan terus bersama kita.

Akhir kata, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak-pihak yang tidak disebutkan satu persatu dalam membantu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Semoga skripsi ini bisa berguna bagi siapa saja yang membacanya dikemudian hari.

Jakarta, 22 Juli 2018



Almira Dewi Zuleika

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :


Nama : Almira Dewi Zuleika  
NRP : 1410.411.022  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **PENGARUH BRAND AMBASSADOR WANNA ONE MELALUI ONLINE VISUAL MERCHANDISING INNISFREE TERHADAP PERILAKU COMPULSIVE BUYING (Survei Pada Grup Penggemar K-POP Wanna One).**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : Juni 2018  
Yang Menyatakan,

  
Almira Dewi Zuleika



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1    Latar Belakang .....	1
I.2    Perumusan Masalah.....	6
I.3    Tujuan Penelitian.....	6
I.4    Manfaat Penelitian.....	7
I.5    Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
II.1    Penelitian Terdahulu.....	9
II.2    Konsep Penelitian.....	11
II.2.1 <i>Brand Ambassador</i> .....	11
II.2.2 <i>Online Visual Merchandise</i> .....	12
II.2.3 <i>Compulsive Buying</i> .....	14
II.3    Teori Penelitian .....	16
II.3.1 Model AIDA ( <i>Attention, Interest, Desire, Action</i> ).....	16
II.4    Kerangka Berpikir .....	19
II.5    Operasional Variabel .....	20
II. 6    Hipotesis.....	21

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
III.1 Metodologi Penelitian .....	22
III.2 Populasi dan Sampel .....	22
III.3 Metode Pengumpulan Data .....	24
III.4 Keabsahan Data.....	25
III.4.1 Uji Validitas .....	25
III.4.2 Uji Reliabilitas .....	25
III.4.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	29
III.5 Metode Analisis Data .....	30
III.5.1 Analisis Kolerasi .....	31
III.5.2 Analisis Regresi .....	32
III.5.3 Uji Koefisien Determinasi.....	33
III.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
IV.1 Profil Perusahaan.....	35
IV.1.3 Produk Innisfree.....	35
IV.1.4 Simbol Innisfree.....	36
IV.2 Profil Grup <i>Wanna One</i> di Line Square .....	36
IV.3 Hasil Penelitian.....	37
IV.3.1 Karakteristik Responden .....	37
IV.4 Analisis Dimensi Variabel $X_1$ : Brand Ambassador.....	39
IV.5 Analisis Variabel X : <i>Brand Ambassador</i> .....	41
IV.6 Analisis Dimensi Variabel Moderasi $X_2$ : <i>Online Visual Merchandise</i> .....	52
IV.7 Analisis Variabel Moderasi $X_2$ : <i>Online Visual Merchandise</i> .....	54
IV.8 Analisis Dimensi Variabel Y : <i>Compulsive Buying</i> .....	61
IV.9 Analisis Variabel Y : <i>Compulsive Buying</i> .....	64
IV.10 Pembahasan .....	74
IV.10.1 Analisis Korelasi .....	75
IV.10.2 Analisis Regresi .....	76
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
V.1 Kesimpulan .....	81
V.2 Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Selebriti Pria Sebagai Endorser Brand Kecantikan Wanita.....	2
Gambar 2 Wanna One Sebagai Brand Ambassador Innisfree.....	3
Gambar 3 Infografik Tentang Display Dari Sebuah Website .....	4
Gambar 4 Kerangka Berpikir .....	17
Gambar 5 Simbol Innisfree .....	35

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 2 Operasional Variabel .....	18
Tabel 3 Skala Likert .....	23
Tabel 4 Alpha Cronbach's .....	25
Tabel 5 Uji Validitas Variabel X <sub>1</sub> .....	26
Tabel 6 Uji Validitas Variabel X <sub>2</sub> .....	27
Tabel 7 Uji Validitas Variabel Y .....	28
Tabel 8 Uji Reliabilitas Variabel X <sub>1</sub> .....	28
Tabel 9 Uji Reliabilitas Variabel X <sub>2</sub> .....	28
Tabel 10 Uji Reliabilitas Variabel Y .....	29
Tabel 11 Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi .....	31
Tabel 12 Jadwal Penelitian .....	33
Tabel 13 Usia Responden .....	36
Tabel 14 Jenis Kelamin Responden .....	37
Tabel 15 Pekerjaan Responden .....	37
Tabel 16 Pernah Membeli Produk Innisfree .....	37
Tabel 17 Pernah Membuka Website Innisfree .....	38
Tabel 18 Tanggapan Responden Dimensi Variabel X <sub>1</sub> ( <i>Visibility</i> ) .....	38
Tabel 19 Tanggapan Responden Dimensi Variabel X <sub>1</sub> ( <i>Credibility</i> ) .....	39
Tabel 20 Tanggapan Responden Dimensi Variabel X <sub>1</sub> ( <i>Attraction</i> ) .....	39
Tabel 21 Tanggapan Responden Dimensi Variabel X <sub>1</sub> ( <i>Power</i> ) .....	40
Tabel 22 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	41
Tabel 23 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	42
Tabel 24 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	43
Tabel 25 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	43
Tabel 26 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	44
Tabel 27 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	44
Tabel 28 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	45
Tabel 29 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	45
Tabel 30 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	46
Tabel 31 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	47
Tabel 32 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	47
Tabel 33 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	48
Tabel 34 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	49
Tabel 35 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	49
Tabel 36 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	50
Tabel 37 Jawaban Variabel X <sub>1</sub> .....	51
Tabel 38 Tanggapan Responden Dimensi Variabel X <sub>2</sub> ( <i>Online Path Finding Assistance</i> ).....	52
Tabel 39 Tanggapan Responden Dimensi Variabel X <sub>2</sub> ( <i>Environments</i> ) .....	52
Tabel 40 Tanggapan Responden Dimensi Variabel X <sub>2</sub> ( <i>Manners of Product Presentation</i> ).....	53
Tabel 41 Jawaban Variabel X <sub>2</sub> .....	54

Tabel 42 Jawaban Variabel X <sub>2</sub> .....	54
Tabel 43 Jawaban Variabel X <sub>2</sub> .....	55
Tabel 44 Jawaban Variabel X <sub>2</sub> .....	55
Tabel 45 Jawaban Variabel X <sub>2</sub> .....	56
Tabel 46 Jawaban Variabel X <sub>2</sub> .....	56
Tabel 47 Jawaban Variabel X <sub>2</sub> .....	57
Tabel 48 Jawaban Variabel X <sub>2</sub> .....	58
Tabel 49 Jawaban Variabel X <sub>2</sub> .....	58
Tabel 50 Jawaban Variabel X <sub>2</sub> .....	59
Tabel 51 Jawaban Variabel X <sub>2</sub> .....	60
Tabel 52 Tanggapan Responden Dimensi Variabel Y ( <i>Tendency To Spend</i> ) ...	61
Tabel 53 Tanggapan Responden Dimensi Variabel Y ( <i>Drive To Spend</i> ) .....	61
Tabel 54 Tanggapan Responden Dimensi Variabel Y ( <i>Feelings About Shopping</i> ) .....	62
Tabel 55 Tanggapan Responden Dimensi Variabel Y ( <i>Dysfunctional Spending</i> ) .....	62
Tabel 56 Tanggapan Responden Dimensi Variabel Y ( <i>Post-Purchase Guilty</i> ).....	63
Tabel 57 Jawaban Variabel Y .....	64
Tabel 58 Jawaban Variabel Y .....	64
Tabel 59 Jawaban Variabel Y .....	65
Tabel 60 Jawaban Variabel Y .....	66
Tabel 61 Jawaban Variabel Y .....	66
Tabel 62 Jawaban Variabel Y .....	67
Tabel 63 Jawaban Variabel Y .....	68
Tabel 64 Jawaban Variabel Y .....	68
Tabel 65 Jawaban Variabel Y .....	69
Tabel 66 Jawaban Variabel Y .....	70
Tabel 67 Jawaban Variabel Y .....	70
Tabel 68 Jawaban Variabel Y .....	71
Tabel 69 Jawaban Variabel Y .....	72
Tabel 70 Jawaban Variabel Y .....	72
Tabel 71 Hasil Perhitungan Uji Korelasi .....	74
Tabel 72 Hasil Analisis Regresi I .....	75
Tabel 73 Signifikansi Nilai T Analisis Regresi I .....	75
Tabel 74 Hasil Analisis Regresi II .....	76
Tabel 75 Signifikansi Nilai T Analisis Regresi II .....	77

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A Kuesioner .....	A1
Data Responden .....	A2
Hasil SPSS.....	A3
Lampiran B Daftar Riwayat Hidup.....	B1