



Judul Skripsi:

HUBUNGAN KREDIBILITAS ARTIS K-POP SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN PENGGEMAR (Studi Korelasional Kredibilitas Artis K-Pop BTS sebagai *Brand Ambassador* Samsung pada Keputusan Pembelian di Kalangan ARMY Indonesia)

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

Nama : Erni Meilina

NIM : 1810411030



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL

VETERAN JAKARTA

**HUBUNGAN KREDIBILITAS ARTIS K-POP SEBAGAI *BRAND*
AMBASSADOR PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
KALANGAN PENGGEMAR**

**(Studi Korelasional Kredibilitas Artis K-Pop BTS sebagai *Brand*
Ambassador Samsung pada Keputusan Pembelian di Kalangan
ARMY Indonesia)**



Erni Meilina

1810411040

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

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah dinyatakan dengan benar:

Nama : Erni Meilina

NIM : 1810411030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 11 Juli 2022

Yang menyatakan,



Erni Meilina

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Erni Meilina

NIM : 1810411030

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)

Program Studi : Ilmu 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:

**HUBUNGAN KREDIBILITAS ARTIS K-POP SEBAGAI *BRAND*
AMBASSADOR PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN
PENGGEMAR**

**(Studi Korelasional Kredibilitas Artis K-Pop BTS sebagai *Brand Ambassador*
Samsung pada Keputusan Pembelian di Kalangan ARMY Indonesia)**

Beserta perangkat yang ada (apabila diperlukan) dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 11 Februari 2022

Yang menyatakan,



Erni Meilina

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Erni Meilina

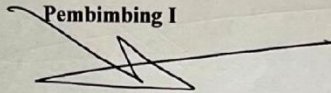
NIM : 1810411030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **Hubungan Kredibilitas Artis K-Pop sebagai Brand Ambassador pada Keputusan Pembelian di Kalangan Penggemar (Studi Korelasional Artis K-Pop BTS sebagai Brand Ambassador Samsung pada Keputusan Pembelian di Kalangan ARMY Indonesia)**

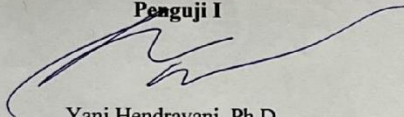
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing I



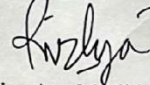
Dr. Dra. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si

Penguji I



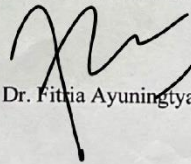
Yani Hendrayani, Ph.D

Penguji II



Rizkiya Ayu Maulida, MA.

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Fittia Ayuningtyas, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 15 Maret 2022

Hubungan Kredibilitas Artis K-pop sebagai *Brand Ambassador* dengan Keputusan Pembelian di Kalangan Penggemar

Erni Meilina

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan kredibilitas artis K-pop BTS sebagai *brand ambassador* Samsung di kalangan ARMY Indonesia dengan menggunakan teori kredibilitas sumber. Metode yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan ARMY Indonesia dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan *purposive sampling*. Peneliti menggunakan teknik analisis data uji korelasi *Pearson Product Moment*, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis menggunakan uji t.

Kredibilitas *brand ambassador* diukur berdasarkan dimensi keahlian, kepercayaan, dan daya tarik. Sedangkan keputusan pembelian diukur berdasarkan dimensi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan pasca pembelian yang didukung dengan model AIDA. Hasil uji korelasi variabel X (kredibilitas *brand ambassador*) dengan variabel Y (keputusan pembelian) menunjukkan korelasi sebesar 0,341. Hasil uji koefisien determinasi sebesar 11,6% dan hasil uji hipotesis dengan uji t sebesar 3,591 yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Kesimpulannya bahwa terdapat hubungan antara kredibilitas artis K-pop BTS sebagai *brand ambassador* Samsung dengan keputusan pembelian di kalangan ARMY Indonesia.

Kata kunci: Kredibilitas, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian.

***Credibility Relation of Artist K-pop as Brand Ambassador with Purchase Decision
Among Fans***

Erni Meilina

ABSTRACT

This study aims to measure and analyze the credibility relationship of K-pop BTS artists as Samsung brand ambassadors among Indonesian ARMYs using source credibility theory. The method used is quantitative correlation using primary and secondary data sources. The population used in this study is Indonesian ARMY with a sample of 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. Researchers used data analysis techniques Pearson Product Moment correlation test, coefficient of determination test, and hypothesis testing using t test.

The credibility of the brand ambassador is measured based on the dimensions of expertise, trustworthiness, and attractiveness. While purchasing decisions are measured based on the dimensions of need recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decisions, and post-purchase supported by the AIDA model. The results of the correlation test of the X variable (brand ambassador credibility) with the Y variable (purchase decision) showed a correlation of 0.341. The results of the coefficient of determination test are 11.6% and the results of hypothesis testing with a t-test of 3.591, which means H_a is accepted and H_o is rejected. The conclusion is that there is a relationship between the credibility of K-pop artists BTS as Samsung brand ambassadors and purchasing decisions among Indonesian ARMYs.

Keywords: Credibility, Brand Ambassador, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah Swt. atas berkat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Hubungan Kredibilitas Artis K-pop sebagai *Brand Ambassador* pada Keputusan Pembelian di Kalangan Penggemar**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan sarjana 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Peneliti menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini membutuhkan usaha yang keras. Namun, skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, dorongan serta bimbingan untuk dapat melewati berbagai tantangan dan hambatan hingga skripsi ini selesai dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak terkait yang telah mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini. Dengan rasa hormat, peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. R. Dudy Heryadi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memfasilitasi program belajar mengajar.
2. Ibu Dr. Fitria Ayuningstiyas, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memfasilitasi program belajar mengajar, proses administrasi, dan memberikan bimbingan dalam mengerjakan tugas akhir skripsi
3. Ibu Dr. Dra. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi I atas bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Rizky Ayu Maulida, M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi II atas bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Keluarga peneliti terutama kedua orang tua, kakak-kakak saya dr. Erma Oktavia dan Muhammad Hafiz S.Pd. yang tidak ada hentinya untuk membantu peneliti dalam bentuk dukungan moral agar peneliti dapat mengerjakan skripsi dengan baik dan maksimal.

6. Alm. Alfandi Yudha Putra selaku sahabat serta teman peneliti yang semasa hidupnya telah memberikan motivasi untuk tetap semangat dalam menjalani dan menyelesaikan skripsi saya dengan baik dan maksimal.
7. Sahabat peneliti, yaitu Azziza Ratri Pradina, Ersha Eigidea Ratu Zahira, Fasya Dabbira Asriani, Fiona Azzahra, Hilda Iriyanti Rachma, Nur Syifa Maulidah, Safira Zahidah, dan Vitania Laswistika yang mendukung dan memberikan bantuan serta semangat kepada peneliti dari awal penyusunan hingga akhir skripsi ini
8. ARMY Indonesia yang sudah banyak membantu dalam proses penelitian ini serta teman dan kerabat lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu mendukung dan menyemangati peneliti dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
9. Terakhir, kepada diri sendiri yang tetap berjuang dengan penuh semangat dan keyakinan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya usaha yang telah dilakukan dari awal hingga akhir skripsi ini.

Penyusunan dan penelitian skripsi ini telah disusun sebaik-baiknya. Terakhir, terima kasih atas kesempatan yang telah diberikan kepada peneliti, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat pada bidangnya di masa yang akan datang.

Jakarta, 11 Februari 2022

Erni Meilina

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Pernyataan Orisinalitas	ii
Pernyataan Persetujuan Publikasi Skripsi untuk Kepentingan Akademis	iii
Lembar Pengesahan Skripsi	iv
Abstrak	v
<i>Abstract</i>	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xv
Daftar Daigram	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
1.5 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	22
2.1 Konsep-Konsep Penelitian.....	22
2.1.1 Komunikasi Persuasif	22
2.1.2 Kredibilitas.....	25
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	28
2.1.4 Keputusan Pembelian	32

2.1.5 Budaya Populer <i>Korean Wave (Hallyu)</i>	35
2.2 Teori Kredibilitas Sumber	38
2.3 Kerangka Berpikir	43
2.4 Hipotesis	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Objek Penelitian.....	45
3.1.1 Profil Samsung	45
3.1.2 Profil BTS	47
3.2 Populasi dan Sampel	50
3.2.1 Populasi.....	50
3.2.2 Sampel.....	51
3.3 Jenis Penelitian.....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.1 Operasional Variabel	55
3.4.2 Uji Validitas	58
3.4.3 Uji Reliabilitas.....	62
3.5 Sumber Data.....	65
3.5.1 Data Primer	65
3.5.2 Data Sekunder	65
3.6 Teknik Analisis Data.....	65
3.6.1 Uji Korelasi	66
3.6.2 Koefisien Determinasi	68
3.6.3 Uji Hipotesis.....	68
3.6.4 Waktu dan Tempat Penelitian	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Hasil Deskripsi Data.....	71

4.1.1	Gambaran Umum Responden	71
4.1.2	Analisis Pernyataan Variabel	78
4.1.2.1	Variabel X (Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i>)	78
4.1.2.2	Variabel Y (Keputusan Pembelian)	105
4.2	Hasil Uji Korelasi.....	143
4.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi	145
4.4	Hasil Uji Hipotesis	146
4.5	Pembahasan	147
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		160
5.1	Kesimpulan	160
5.2	Saran.....	162
DAFTAR PUSTAKA		163

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kerangka Berpikir	43
Tabel 2. Skala Likert.....	54
Tabel 3. Opersional Varibel X.....	55
Tabel 4. Opersional Variabel Y	56
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel X (Kredibilitas)	60
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	61
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas <i>Alpha Cronbach's</i>	63
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Kredibilitas).....	64
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	64
Tabel 10. Koefisien Determinasi	67
Tabel 11. Jadwal dan Tahapan Kegiatan Penelitian	70
Tabel 12. Jenis Kelamin Responden.....	71
Tabel 13. Usia Responden.....	72
Tabel 14. Pekerjaan Responden.....	74
Tabel 15. Pendapatan Responden/Bulan.....	75
Tabel 16. ARMY Indonesia	76
Tabel 17. Responden yang Mengetahui BTS sebagai <i>Brand Ambassador</i> Samsung	76
Tabel 18. Mengetahui Iklan Samsung Galaxy Z Fold 3 dan Flip 3 x BTS.....	77
Tabel 19. Pernyataan 1 (Variabel X)	78
Tabel 20. Pernyataan 2 (Variabel X)	80
Tabel 21. Pernyataan 3 (Variabel X)	81
Tabel 22. Pernyataan 4 (Variabel X)	82
Tabel 23. Pernyataan 5 (Variabel X)	84

Tabel 24. Pernyataan 6 (Variabel X)	85
Tabel 25. Pernyataan 7 (Variabel X)	86
Tabel 26. Pernyataan 8 (Variabel X)	88
Tabel 27. Pernyataan 9 (Variabel X)	89
Tabel 28. Pernyataan 10 (Variabel X)	90
Tabel 29. Pernyataan 11 (Variabel X)	92
Tabel 30. Pernyataan 12 (Variabel X)	93
Tabel 31. Pernyataan 13 (Variabel X)	95
Tabel 32. Pernyataan 14 (Variabel X)	96
Tabel 33. Pernyataan 15 (Variabel X)	98
Tabel 34. Pernyataan 16 (Variabel X)	99
Tabel 35. Pernyataan 17 (Variabel X)	100
Tabel 36. Pernyataan 18 (Variabel X)	101
Tabel 37. Pernyataan 19 (Variabel X)	103
Tabel 38. Pernyataan 20 (Variabel X)	104
Tabel 39. Pernyataan 1 (Variabel Y)	105
Tabel 40. Pernyataan 2 (Variabel Y)	107
Tabel 41. Pernyataan 3 (Variabel Y)	108
Tabel 42. Pernyataan 4 (Variabel Y)	109
Tabel 43. Pernyataan 5 (Variabel Y)	110
Tabel 44. Pernyataan 6 (Variabel Y)	111
Tabel 45. Pernyataan 7 (Variabel Y)	113
Tabel 46. Pernyataan 8 (Variabel Y)	114
Tabel 47. Pernyataan 9 (Variabel Y)	115
Tabel 48. Pernyataan 10 (Variabel Y)	116
Tabel 49. Pernyataan 11 (Variabel Y)	118
Tabel 50. Pernyataan 12 (Variabel Y)	119
Tabel 51. Pernyataan 13 (Variabel Y)	120

Tabel 52. Pernyataan 14 (Variabel Y)	122
Tabel 53. Pernyataan 15 (Variabel Y)	123
Tabel 54. Pernyataan 16 (Variabel Y)	124
Tabel 55. Pernyataan 17 (Variabel Y)	126
Tabel 56. Pernyataan 18 (Variabel Y)	127
Tabel 57. Pernyataan 19 (Variabel Y)	128
Tabel 58. Pernyataan 20 (Variabel Y)	130
Tabel 59. Pernyataan 21 (Variabel Y)	131
Tabel 60. Pernyataan 22 (Variabel Y)	132
Tabel 61. Pernyataan 23 (Variabel Y)	134
Tabel 62. Pernyataan 24 (Variabel Y)	135
Tabel 63. Pernyataan 25 (Variabel Y)	136
Tabel 64. Pernyataan 26 (Variabel Y)	138
Tabel 65. Pernyataan 27 (Variabel Y)	139
Tabel 66. Pernyataan 28 (Variabel Y)	140
Tabel 67. Pernyataan 29 (Variabel Y)	141
Tabel 68. Koefisien Korelasi.....	143
Tabel 69. Hasil Uji Korelasi.....	144
Tabel 70. Hasil Uji Koefisien Determinasi	145
Tabel 71. Hasil Uji Hipotesis	146

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. BTS “Butter” No.1 <i>Billboard Hot</i> 100 selama 10 Minggu	2
Gambar 2. Peringkat Brand Reputasi Grup K-pop November 2021	4
Gambar 3. Kurva Percakapan K-pop Global di Twitter	5
Gambar 4. Negara Penggemar BTS Terbanyak di Dunia	6
Gambar 5. Demografi Usia Penggemar BTS	7
Gambar 6. BTS sebagai <i>Brand Ambassador</i> Samsung	9
Gambar 7. Pre-order Samsung Melampaui Total Penjualan	10
Gambar 8. Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> Indonesia Kuartal III-2021	11
Gambar 9. Tanggapan Penggemar BTS Terkait Isu Keretakan Layar Ponsel Samsung Galaxy Z Fold 3 atau Samsung Galaxy Z Flip 3	12
Gambar 10. Komentar ARMY Indonesia mengenai Pembelian Ponsel Samsung	14

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. Data Usia Pembeli Samsung di Indonesia Tahun 2022.....	13
Diagram 2. Domisili Responden	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Riwayat Hidup
Lampiran 2	Pernyataan Penelitian
Lampiran 3	Kuesioner <i>Google Form</i>
Lampiran 4	Tabel Hasil Variabel X
Lampiran 5	Tabel Hasil Variabel Y
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Variabel X
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas Pernyataan 1 - 15 Variabel Y
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas Pernyataan 16 - 29 Variabel Y
Lampiran 9	Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi
Lampiran 10	Kontrak Penulisan Skripsi
Lampiran 11	Formulir Persetujuan Dosen Pembimbing 1
Lampiran 12	Formulir Persetujuan Dosen Pembimbing 2
Lampiran 13	Tanda Persetujuan Sidang Akhir Skripsi (SITA)
Lampiran 14	Sertifikat TOEFL
Lampiran 15	Hasil Uji Plagiarisme