



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH TINGKAT EKSPOSUR BRAND AMBASSADOR BANGTAN
BOYS (BTS) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGEMAR
BTS DI E-COMMERCE TOKOPEDIA (SURVEI PADA FOLLOWERS
INSTAGRAM @FYI.BTS)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Annisya Ridzka Fitriani

NPM.1831123516502191

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2022



NATIONAL UNIVERSITY

**THE EFFECT OF THE EXPOSURE LEVEL OF BANGTAN BOYS (BTS)
AMBASSADOR ON THE PURCHASE DECISION OF BTS FANS IN E-
COMMERCE TOKOPEDIA**

(SURVEY ON INSTAGRAM FOLLOWERS @FYI.BTS)

THESIS

This essay is submitted to fulfill some conditions to getting a Bachelor Degree
in Communication Science (S.Ikom)

Annisya Ridzka Fitriani

NPM.1831123516502191

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

2022



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Annisya Ridzka Fitriani

NPM : 183112351650191

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Eksposur
Brand Ambassador Bangtan Boys
(BTS) Terhadap Keputusan
Pembelian Penggemar BTS di E-
Commerce Tokopedia (Survei
Pada Followers Instagram
@fyi.bts)

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata
Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

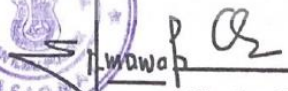
Jakarta, 15 September 2022

Dosen Pembimbing

Dekan


Dra. Masnah, M.Si




Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan di bawah ini :

Nama : Annisya Ridzka Fitriani
NPM : 183112351650191
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Eksposur Brand Ambassador
Bangtan Boys (BTS) Terhadap Keputusan
Pembelian Penggemar BTS di E-Commerce
Tokopedia (Survei Pada Followers Instagram
@fyi.bts)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 15 September 2022

Yang membuat pernyataan,



Annisya Ridzka Fitriani

ABSTRAK

Nama : Annisya Ridzka Fitriani

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Eksposur Brand Ambassador Bangtan Boys (BTS) Terhadap Keputusan Pembelian Penggemar BTS di E-Commerce Tokopedia (Survei Pada Followers Instagram @fyi.bts)

Kata Kunci Pengaruh, Brand Ambassador, E-Commerce, Penggemar	Teknologi di era sekarang sudah banyak sekali perubahan zaman yang sangat signifikan dan Teknologi internet memberikan kebebasan kepada masing-masing pengguna. Perusahaan e-commerce atau belanja online mempunyai banyak hal penting yang harus diperhatikan contohnya bagaimana cara untuk terus mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan terus mencari pelanggan baru yang berpotensi. Menggunakan eksposur dari <i>brand ambassador</i> bukanlah hal baru, Boyband BTS ini ditunjuk dan ditetapkan menjadi brand ambassador tokopedia. media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Populasi yang dipilih untuk penelitian ini adalah penggemar boyband BTS yang mengikuti akun Instagram @fyi.bts. Hasil dari penelitian ini tidak ada pengaruh yang signifikan Antara pengaruh brand ambassador BTS terhadap keputusan pembelian di e-commerce tokopedia yang dilihat dr indikator brand ambassador dan indikator keputusan pembelian sehingga hasil yang didapatkan sebesar 21,6%.
Pembimbing	Dra. Masnah, M.Si

ABSTRACT

Nama : Annisya Ridzka Fitriani

Program Studi : Communication Sciene

Judul Skripsi : The Effect Of The Exposure Level Of Bangtan Boys (BTS) Ambassador On The Purchase Decision Of BTS Fans In E-Commerce Tokopedia (Survey On Instagram Followers @fyi.bts)

Keywords Influence, Brand Ambassador, E-Commerce, Fan	Technology in the current era has a lot of very significant changes in the times and Internet technology gives freedom to each user. E-commerce or online shopping companies have many important things that must be considered, for example how to continue to retain existing customers and continue to seek new potential customers. Using exposure from brand ambassadors is nothing new, this BTS Boyband was appointed and appointed as Tokopedia's brand ambassador. online media that supports social interaction and social media using web-based technology. This research was conducted using a quantitative method with an explanatory type of research. The population selected for this study are fans of the BTS boyband who follow the @fyi.bts Instagram account. The results of this study have no significant effect between the influence of the BTS brand ambassador on purchasing decisions in e-commerce Tokopedia seen from the brand ambassador indicators and purchasing decision indicators so that the results obtained are 21.6%.
Guide	Dra. Masnah, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur diucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya sehingga penulis berhasil menyusun dan menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Tingkat Eksposur Brand Ambassador Bangtan Boys (BTS) Terhadap Keputusan Pembelian Penggemar BTS di E-Commerce Tokopedia (Survei Pada Followers Instagram @fyi.bts) ”. Laporan ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Penulisan skripsi ini telah melalui beberapa diskusi dan mendapatkan masukan serta koreksi dari para dosen maupun pihak-pihak yang terlibat dalam pekerjaan ini, dengan harapan penulisan skripsi ini dapat sesuai dengan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Nasional, Serta sebagai ketua sidang dalam pengujian skripsi saya.

6. Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Dra. Masnah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis, memberikan pelajaran, arahan, ilmu, dan dorongan semangat. Kritik dan saran yang beliau berikan menjadi motivasi penulis untuk semangat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Drs. Hadi Surantio, M.Si. selaku Dosen penguji 1 dalam sidang skripsi saya dan membantu dalam perbaikan penulisan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen FISIP Universitas Nasional khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan nasihat kepada penulis.
10. Kedua Orang tua Penulis (Bapak Bambang Suherlan dan Ibu Yulita) yang telah memberikan doa dan dorongan moril serta materil dan semangat mereka maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Saudara dan saudari penulis Rizky Julianawati, Mustofa, Satrio Dwi Apriliansyah dan Risti Ardani yang tiada henti-hentinya memberikan doa, semangat, dan dukungannya selama ini maka penulis dapat menyelesaikan skripsi.
12. Adik- adik saya Rinjani dan Dipa yang sudah selalu menemani disaat saya ingin meluangkan waktu untuk beristirahat dan selalu membawa kebahagiaan setiap harinya.

13. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini semasa perkuliahan, tempat berbagi keluh kesah, teman berdiskusi, beribadah dan bercerita yang selalu menyemangati satu sama lain Clarina Ully Asri, Laila Fadhilah, Putri Nabila, Wulan Afrilia Dewitri, dan Yuliani Zahra dan Tentunya Teman-teman dari Kepengurusan Himakom Fotografi 2019.
14. Teman- teman saya yang senantiasa membantu disaat penulis merasa kebingungan atau tidak mengerti bagaimana mencari solusinya dan selalu ada untuk memberi motivasi Nadia Putri Andani, M Dwi Nursansyah, Intan Kusuma Pertiwi, Kirana Kusumaningrum.
15. Teman seperjuangan saya pada semester kali ini untuk bisa lulus bersama-sama Farrel Alifia, Fauzi Rahman, Mahdalena Amalia dan Syindy Figandiana.
16. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2018, yang senantiasa memberikan dukungan dan menjadi rekan berkreatifitas selama masa perkuliahan.
17. Terakhir dan tidak kalah penting, terima kasih kepada diri saya sendiri yang sangat luar biasa. Skripsi ini menjadi sebuah pembuktian bahwa saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik, walaupun sering mengeluh tetapi tetap dikerjakan dengan baik.

Semoga dukungan dan doa yang telah diberikan mendapat berkah dari Allah SWT.
Akhir kata, saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Jakarta, September 2022



Annisya Ridzka Fitriani

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Sistematika Pembahasan	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Tinjauan Pustaka	24
2.2.1 Pengaruh.....	24
2.2.2 Brand Ambassador	26
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	31
2.2.4 Media Sosial.....	33
2.2.5 Instagram.....	35
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Pendekatan Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel.....	41
3.2.3 Teknik Sampling.....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1 Data Primer	43
3.3.2 Data Sekunder.....	44
3.4 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel	46
3.4.1 Definisi Variabel	46
3.4.2 Operasionalisasi Variabel	48
3.5 Instrumen Penelitian.....	53
3.6 Teknik Pengolahan Data dan Analisis data.....	54
3.7 Uji Variabel dan Realibitas	55
3.7.1 Uji Validitas.....	55
3.7.2 Uji Realibitas	58
3.8 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran umum Brand Ambassador BTS (Bangtan Sonyoendan) ...	62
4.2 Karakteristik Responden.....	72

4.2.1 Profil Responden.....	72
4.2 Hasil Penelitian	76
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i>	76
4.3.2 Analisis Data Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	83
4.3.2 Analisis Korelasi	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	107



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	107
SURAT KESEDIAAN PEMBIMBING DAN SURAT TUGAS	107
LAMPIRAN 2.....	110
LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI	112
LAMPIRAN 3.....	Error! Bookmark not defined.
KUESIONER GOOGLE FORM	Error! Bookmark not defined.
Draf Kuesioner	Error! Bookmark not defined.
A.PROFIL RESPONDEN	113
B.VARIABEL X: BRAND AMBASSADOR BANGTAN BOYS(BTS).....	113
BRAND AMBASSADOR (X).....	114
C.VARIABEL Y: KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGEAR BTS	116
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y).....	116
LAMPIRAN 4.....	Error! Bookmark not defined.
OUTPUT SPSS.....	118
LAMPIRAN 5.....	132
Daftar Riwayat Hidup	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2 Persamaan dan Perbedaan.....	23
Tabel 3 Tabel Definisi Variabel	46
Tabel 4 Tabel Operasionalisasi Variabel.....	49
Tabel 5 Pilihan dan Skor dari jawaban menggunakan skala likert.....	Error! Bookmark not defined. ⁵⁴
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	56
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	57
Tabel 8 Hasil Uji Realibitas	59
Tabel 9 Jadwal Penelitian	60
Tabel 10 Jenis Kelamin Responden.....	73
Tabel 11 Usia Responden	73
Tabel 12 Pekerjaan Responden	74
Tabel 13 Melakukan Transaksi.....	75
Tabel 14 Tabel Indikator Tranference.....	76
Tabel 15 Tabel Indikator Congruence.....	78
Tabel 16 Tabel Indikator Kreadibilitas	79
Tabel 17 Tabel Indikator Daya Tarik.....	80
Tabel 18 Tabel Indikator Power.....	81
Tabel 22 Tabel Indikator Pembelian Berulang.....	88

Tabel 23 Hasil Uji Korelasi	90
Tabel 24 Hasil Uji Korelasi	91
Tabel 25 Koefisien Determinasi	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Iklan Tokopedia dengan Brand Ambassador BTS	9
Gambar 2 Account Fanpage Instagram @fyi.bts.....	11
Gambar 3 Jumlah Pengunjung Tokopedia Kalahkan Shopee pada Kuartal I- 2021.....	13
Gambar 4 Tabel Isaac dan Michael (Sumber: Sugiyono).....	42
Gambar 5 BTS sedang berpidato di PBB	63
Gambar 6 BTS awal debut dan sesudah 6 tahun debut.	66
Gambar 7 BTS menduduki puncak Hot 100 Billboard dengan lagu Butter..	67
Gambar 8 Iklan pertama yang diterbitkan Oleh Tokopedia.....	68
Gambar 9 Social Media Instagram Official BTS	69
Gambar 10 Lightstick Official BTS	71