

**PENGARUH BTS (BANGTAN SONYEONDAN) SEBAGAI BRAND
AMBASSADOR DAN BRAND TRUST TERHADAP MINAT BELI
PADA TOKOPEDIA DI JAKARTA**

Oleh:

Nama: Naomi Fitri Wulan Sari

NIM: 23180519

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2022

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

**PENGARUH BTS (BANGTAN SONYEONDAN) SEBAGAI BRAND
AMBASSADOR DAN BRAND TRUST TERHADAP MINAT BELI PADA
TOKOPEDIA DI JAKARTA**

Diajukan Oleh

Nama: Naomi Fitri Wulan Sari

NIM: 23180519

Jakarta, 19 Agustus 2022

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing

(Bernadine Dra.,M.Com)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2022**

ABSTRAK

Naomi Fitri Wulan Sari / 23180519 / 2022 / Pengaruh BTS (*Bangtan Sonyoendan*) Sebagai *Brand Ambassador* dan *Brand Trust* pada Tokopedia di Jakarta (Studi Kasus Pada Penggemar BTS terhadap Tokopedia) / Pembimbing: Bernadine Dra., M.Com

Untuk dapat memenangkan persaingan dalam suatu industri perusahaan harus berorientasi ke pasar dan pemasaran, artinya perusahaan tidak hanya terfokus pada memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar akan produk dan jasa, tetapi juga berusaha melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan pasar dengan mempertimbangkan aspek orang sebagai obyek pemasaran. Salah satu contohnya ialah perusahaan *e-Commerce* Tokopedia. Tokopedia adalah salah satu dari sekian banyak *market place* terbesar di Indonesia.

Tokopedia secara resmi mengumumkan bahwa mereka berhasil menarik salah satu idol *boy band* berasal dari Korea Selatan ialah BTS (Bangtan Soeyeondan) sebagai *brand ambassador market place* mereka. Kepercayaan merek (*brand trust*) akan menentukan pembelian konsumen terhadap merek dan kepercayaan akan berpotensi menciptakan hubungan-hubungan yang bernilai tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *brand ambassador* dan *brand trust* terhadap minat beli pada Tokopedia di Jakarta.

Responden dalam penelittian in adalah konsumen yang pernah membeli produk pada Tokopedia, konsumen pengguna Tokopedia di Jakarta, dan juga konsumen yang menjadi penggemar dari BTS. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan menggunakan *Judgmental Sampling*, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi Klasik dan analisis regresi berganda. Data diolah menggunakan SPSS 26.

Kesimpulan penelitian ini adalah *brand ambassador* dan *brand trust* terbukti berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen Tokopedia di Jakarta.

Kata kunci: duta merek, kepercayaan merek, dan minat beli.





ABSTRACT

Naomi Fitri Wulan Sari / 23180519 / 2022 / *The Influence of BTS (Bangtan Sonyoendan) as Brand Ambassador and Brand Trust on Tokopedia in Jakarta (Case Study on BTS Fans against Tokopedia)* / Supervisor: Bernadine Dra., M.Com

To be able to win competition in an industry, companies must be market and marketing oriented, meaning that companies are not only focused on meeting market needs and wants for products and services, but also trying to identify market needs and wants by considering aspects of people as marketing objects. One example is the e-commerce company Tokopedia. Tokopedia is one of the largest market places in Indonesia.

Tokopedia officially announced that they had succeeded in attracting one of the idol boy bands from South Korea, namely BTS (Bangtan Soeyoendan) as their market place brand ambassador. Brand trust will determine consumer purchases of brands and trust will have the potential to create high-value relationships. This study aims to determine the effect of brand ambassadors and brand trust on buying interest at Tokopedia in Jakarta.

Respondents in this research are consumers who have bought products from Tokopedia, consumers who use Tokopedia in Jakarta, and also consumers who are fans of BTS. The sampling technique used is non-probability sampling using Judgmental Sampling, with a sample of 100 respondents. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test and multiple regression analysis. The data was processed using SPSS 26.

The conclusion of this study is that brand ambassadors and brand trust have a positive effect on the buying interest of Tokopedia consumers in Jakarta.

Keyword: brand ambassador, brand trust dan purchase intention.

© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang melimpah sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun agar dapat memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen dengan konsentrasi pemasaran di Kwik Kian Gie School Of Business.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan, serta motivasi dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Bernadine Dra.,M.Com. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta arahan untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf pengajar di Kwik Kian Gie School Of Business yang telah mengajar dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti selama perkuliahan.
3. Orang tua Ibunda Nania Lagiyanti dan Ayahanda Alm. Yayan Tutang Supriadi, serta seluruh keluarga yang senantiasa selalu mendoakan, mendukung, memotivasi, serta memberi semangat untuk penelitian selama penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Angie, Cynthia, Febri, Steffany, Kezia, Nanda, Nindi, Ryan, Jessica, Zulfa dan teman – teman yang memberikan dukungan dan bantuan ketikkapenelitian merasa ada kesulitan selama menyusun skripsi serta pihak – pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih.
5. Terimakasih juga kepada Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim



Taehyung, dan Jeon Jungkook telah menginspirasi saya dalam penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.

Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih kurang sempurna dan banyak kekurangan mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat bermanfaat bagi peneliti. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 19 Agustus 2022

Naomi Fitri Wulan Sari

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	3
ABSTRACT	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	7
DAFTAR GAMBAR	9
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR LAMPIRAN	10
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
D. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
E. Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
F. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
1. <i>Brand Ambassador</i>	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Brand Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
3. Minat beli	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengumpulan Sampel	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Reabilitas	Error! Bookmark not defined.

1. Diteliti dan diteliti oleh orang-orang yang ahli dalam bidangnya. Diteliti oleh orang-orang yang ahli dalam bidangnya. Diteliti oleh orang-orang yang ahli dalam bidangnya.

a. Penugutan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Penguatan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





3. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4. Skala <i>Likert</i>	Error! Bookmark not defined.
5. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
6. Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
1. Tokopedia	Error! Bookmark not defined.
2. Visi Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
3. <i>Tagline</i> Tokopedia	Error! Bookmark not defined.
4. Arti Logo Tokopedia	Error! Bookmark not defined.
B. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
C. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Reabilitas	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4. Uji Analisis Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
D. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	52

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutipkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



DAFTAR TABEL

© Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1	Operasional Variabel <i>Brand Ambassador</i>	18
Tabel 3.2	Operasional Variabel <i>Brand Trust</i>	19
Tabel 3.3	Operasional Variabel Minat.....	20
Tabel 3.4	Skala Likert.....	24
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.2	profil Responden Berdasarkan Jk... ..	32
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	33
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Status.....	34
Tabel 4.5	Nilai Rata2 <i>Brand Ambassador</i>	35
Tabel 4.6	Nilai Rata2 <i>Brand Trust</i>	36
Tabel 4.7	Nilai Rata2 Minat.....	37
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.10	Hadil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.11	Hasil Uji Multi <i>Brand Abassador</i>	41
Tabel 4.12	Hasil Uji Multi <i>Brand Trust</i>	42
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	42
Tabel 4.14	Hasil Regresi Berganda	43
Tabel 4.15	Hasil Uji Kelayakan Model (F).....	44
Tabel 4.16	Hasil Uji Signifikan Koefisien (T).....	45
Tabel 4.17	Koefisien Determinasi (R^2).....	46

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 2	Data Kuesioner.....	57
Lampiran 3	Uji Validitas.....	64
Lampiran 4	Uji Reliabilitas.....	67
Lampiran 5	Frekuensi Data.....	68
Lampiran 6	Uji Asumsi Klasik.....	69
Lampiran 7	Uji Regresi.....	71
Lampiran 8	Hasil Turnitin.....	77

© Hak Cipta dimiliki IBIKKGG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hal Ciri dan Ditandai dengan Undang

Ditanggung jawab oleh penulis atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKGG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 BTS Sebagai <i>Brand Ambassdo</i>	2
Gambar 1.2 Tokopedia <i>e-Commerce</i> dengan nilai transaksi terbesar.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 3.1 Rentang Skala Likert.....	25
Gambar 4.1 Logo Tokopedia.....	31
Gambar 4.2 Rentang Skala <i>Brand Ambassador</i>	36
Gambar 4.3 Rentang Skala <i>Brand Trus</i>	37
Gambar 4.4 Rentang Skala Minat.....	38

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKGG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKGG.





© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.