



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* BLACKPINK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA
PERIODE 2021-2022**

SKRIPSI

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Bidang Studi *Advertising and Marketing Communications*

Disusun oleh:
ALIFA AZHARI
44320110037

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
DKI JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alifa Azhari
NIM : 44320110037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* BLACKPINK terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia Periode 2021-2022

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 26 Agustus 2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Alifa Azhari
NIM : 44320110037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* BLACKPINK terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia Periode 2021-2022

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing I	: Yogi Prima Muda, M.Ikom	()
NIDN	: 0328108106	
Ketua Penguji	: Kurniawan Prasetyo, M.Ikom	()
NIDN	: 0316129201	
Penguji Ahli	: Rika Yessica Rahma, M.Ikom	()
NIDN	: 0314057804	

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Agustus 2023

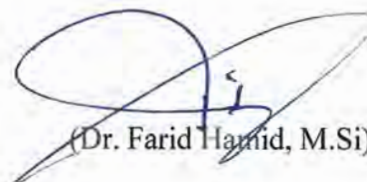
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alifa Azhari
NIM : 44320110037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* BLACKPINK terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia Periode 2021-2022
Pembimbing : Yogi Prima Muda, M.I.Kom

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 26 Agustus 2023

Yang menyatakan,



(Alifa Azhari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Komunikasi Program Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Yogi Prima Muda, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing saya yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc., Ph.D, selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communications, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta;
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta;
4. Ibu Yuni Tresnawati, M.I.Kom selaku dosen mata kuliah Riset Komunikasi dan Bapak Eddy S. Tumenggung, MM selaku dosen mata kuliah tugas akhir;
5. Kedua orang tua serta adik yang saya hormati yang senantiasa mendoakan;
6. Suami dan anak saya yang telah memberikan semangat dan hiburan;
7. Responden yang telah meluangkan waktu mengisi kuisisioner;
8. Teman- teman Marcomm yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu;
9. Seluruh staf sekretariat dan tata usaha yang telah membantu penulis menyiapkan hal-hal keperluan tugas akhir.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang disengaja maupun tidak disengaja. Untuk itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan. Semoga karya ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca

Jakarta, 21 Juli 2023



Alifa Azhari



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.4.3 Manfaat Sosial.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Kajian Teoritis.....	14
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.2 <i>Brand ambassador</i>	15
2.2.2 Keputusan Pembelian.....	17
2.2.3 Hierarchy of Effects Theory.....	18
2.3 Hipotesis Teori	19
2.3.1 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1. Paradigma Penelitian.....	21
3.2. Metode Penelitian.....	21
3.3 Populasi dan Sampel	22
3.3.1 Populasi	22
3.3.2 Sampel.....	22
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	23
3.4. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	24

3.4.1	Definisi konsep	24
3.4.2.	Operasionalisasi konsep	25
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.1	Data Primer	28
3.5.2	Data Sekunder	28
3.5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	29
3.6.	Teknik Analisis Data	32
3.6.1	Editing	32
3.6.2	Coding	32
3.6.3	Tabulasi	32
3.6.4	Analisis Regresi Linier Sederhana	33
3.7	Uji Hipotesis	34
3.7.1	Uji T	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.2	Visi dan Misi Tokopedia	37
4.1.3	BLACKPINK <i>Brand Ambassador</i> Tokopedia.....	38
4.2	Hasil Penelitian	40
4.2.1.1	Jenis Kelamin Responden	40
4.2.1.2	Usia Responden.....	41
4.2.1.3	Domisili Responden.....	41
4.2.1.4	Pertanyaan Umum.....	42
4.3	Analisis Deskriptif Variabel X (<i>Brand Ambassador</i>)	42
4.4	Analisis Deskriptif Variabel Y (Keputusan Pembelian)	48
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran.....	62
5.2.1	Saran Akademis	62
5.2.2	Saran Praktis	62
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN.....		66

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep.....	25
Tabel 3. 2 Skor Skala	28
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Brand Ambassador (X).....	31
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	31
Tabel 4. 1 Dimensi Visibility Pernyataan BA 1.....	42
Tabel 4. 2 Dimensi Visibility Pernyataan BA 2.....	43
Tabel 4. 3 Hasil Pernyataan Dimensi Visibility.....	43
Tabel 4. 4 Dimensi Credibility Pernyataan BA 3	44
Tabel 4. 5 Dimensi Credibility Pernyataan BA 4	44
Tabel 4. 6 Hasil Pernyataan Dimensi Credibility	45
Tabel 4. 7 Dimensi Attraction Pernyataan BA 5.....	45
Tabel 4. 8 Dimensi Attraction Pernyataan BA 6.....	46
Tabel 4. 9 Hasil Pernyataan Dimensi Attraction.....	46
Tabel 4. 10 Dimensi Power Pernyataan BA 7.....	47
Tabel 4. 11 Dimensi Power Pernyataan BA 8.....	47
Tabel 4. 12 Hasil Pernyataan Dimensi Power.....	48
Tabel 4. 13 Dimensi Awareness Pernyataan KP 1.....	48
Tabel 4. 14 Dimensi Knowledge Pernyataan KP 2.....	49
Tabel 4. 15 Dimensi Liking Pernyataan KP 3.....	49
Tabel 4. 16 Dimensi Preference Pernyataan KP 4	50
Tabel 4. 17 Dimensi Conviction Pernyataan KP 5	51
Tabel 4. 18 Dimensi Purchase Pernyataan KP 6.....	51
Tabel 4. 19 Hasil Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4. 20 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	53
Tabel 4. 21 Hasil Uji Korelasi.....	53
Tabel 4. 22 Model Summary.....	54
Tabel 4. 23 Tabel ANOVA	54
Tabel 4. 24 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	55
Tabel 4. 25 Hasil Uji T.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peringkat Marketplace di Indonesia Januari 2021	4
Gambar 1. 2 Daftar Influencer E-commerce di Indonesia	5
Gambar 2. 1 Model Hierarchy of Effect Theory.....	18
Gambar 4. 1 Logo Tokopedia	37
Gambar 4. 2 BLACKPINK sebagai Brand Ambassador Tokopedia	39
Gambar 4. 3 Diagram Jenis Kelamin Responden	40
Gambar 4. 4 Diagram Usia Responden.....	41
Gambar 4. 5 Diagram Domisli Responden	41
Gambar 4. 6 Diagram Pertanyaan Umum 1	42

