

ABSTRAK

Annastasya Berliana Dunda. 2023. 1702518039. Pengaruh *Brand Ambassador* K-pop BTS Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia (Studi Pada Konsumen Tokopedia Wilayah DKI JAKARTA)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk: 1) Memahami deskripsi *brand ambassador* pada Tokopedia. 2) Memahami deskripsi keputusan pembelian pelanggan pada Tokopedia. 3) Memahami bagaimana pengaruh *brand ambassador* K-pop Bangtan Boys (BTS) terhadap keputusan pembelian Tokopedia. Pada penelitian ini digunakan metode pengumpulan data yang digunakan adalah hasil penyebaran kuesioner pada total 150 responden yang pernah membeli lewat aplikasi *e-commerce* Tokopedia. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Subjek penulisan ini adalah konsumen tokopedia yang merupakan fans BTS pada wilayah DKI Jakarta. Hasil penelitian yang diperoleh adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *e-Commerce*, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian, Konsumen

ABSTRACT

Annastasya Berliana Dunda. 2023. 1702518039. The Effect Of BTS K-Pop Ambassador Brand On Purchase Decisions In TOKOPEDIA (Study On TOKOPEDIA Consumers DKI Jakarta Region)

This research aims to: 1) Understand the description of brand ambassadors on Tokopedia. 2) Understand the description of customer purchasing decisions on Tokopedia. 3) Understand the influence of the K-pop brand ambassador Bangtan Boys (BTS) on purchasing decisions on Tokopedia. This research utilized a data collection method through the distribution of questionnaires to a total of 150 respondents who have made purchases through the e-commerce application Tokopedia. The analysis method used was simple regression analysis. The subjects of this study were Tokopedia consumers who are BTS fans in the DKI Jakarta region. The obtained research results indicate a positive and significant influence of brand ambassadors on purchase decisions in Tokopedia e-commerce.

Keywords: *Brand Ambassador, e-Commerce, Brand Awareness, Purchase Decision, Consumer*