

**PENGARUH PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT BELI  
DENGAN KETERLIBATAN PELANGGAN SEBAGAI  
MEDIATOR PADA ALBUM BTS MELALUI *PLATFORM  
ONLINE* (SURVEI PADA PENGGEMAR BTS)**

**FELISA FEBIOLA**

**8215153712**



**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019**

***ANALYSIS THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE TO  
PURCHASE INTENTION WITH CONSUMER ENGAGEMENT AS  
THE MEDIATOR TOWARDS BTS ALBUM IN ONLINE  
PLATFORM (A SURVEY WITH BTS FANS)***

**FELISA FEBIOLA**

**8215153712**



*Submitted in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Bachelor of  
Economics*

***STUDY PROGRAM SI MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019***

## ABSTRAK

**Felisa Febiola, 2019; Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Dengan Keterlibatan Pelanggan Sebagai Mediator Pada Album BTS Melalui Platform Online (Survei Pada Penggemar BTS). Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Dra. Basrah Saidani, M.Si & Andrian Haro, S.Si, MM**

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai terhadap minat beli, pengaruh persepsi nilai terhadap keterlibatan pelanggan, pengaruh keterlibatan pelanggan terhadap minat beli, serta pengaruh persepsi nilai terhadap minat beli dengan keterlibatan pelanggan sebagai mediator pada album BTS melalui platform online. Metode pengumpulan data pada menggunakan metode penyebaran kuesioner baik secara fisik maupun secara online. Objek penelitian ini adalah 214 responden yang merupakan penggemar BTS. Analisis data menggunakan SPSS versi 22 dengan bantuan AMOS versi 22 untuk mengolah data penelitian. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) persepsi nilai tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli, 2) persepsi nilai berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan pelanggan, 3) keterlibatan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat beli, 4) keterlibatan pelanggan berpengaruh sebagai mediator secara simultan dengan hubungan antara persepsi nilai dan minat beli.

Kata Kunci: BTS, persepsi nilai, keterlibatan pelanggan, minat beli, musik, platform online.

## **ABSTRACT**

***Felisa Febiola, 2019; The Effect of Perceived Value Towards Purchase Intention With Consumer Engagement as a Mediator For BTS Album by Online Platform (A Survey with BTS Fans). Thesis, Jakarta: Management Studies Program, Management Department, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta, Advisory: Dra. Basrah Saidani, M.Si & Andrian Haro, S.Si, MM.***

*The purpose of this study is to determine the effect of perceived value towards purchase intention, the effect of perceived value towards consumer engagement, the effect of consumer engagement towards purchase intention and the effect of perceived value towards purchase intention with consumer engagement as the mediator for BTS album by online platform. The methods of collecting data was by collecting questionnaire by offline and online. The object of this study is 214 respondents that is a fan of BTS. The data analysis is using SPSS version 22 to running the data with the support of AMOS version 22. The result was showing that: 1) perceived value didn't have a significant effect with purchase intention, 2) perceived value has a significant effect with consumer engagement, 3) consumer engagement has a significant effect with purchase intention, and 4) consumer engagement significantly has an effect as a mediator simultantly for the relationship between perceived value and purchase intention.*

*Keywords: BTS, perceived value, consumer engagement, purchase intention, music, online platform*


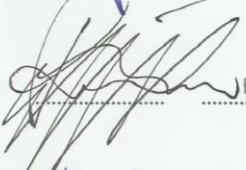


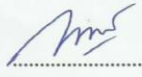
## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M. Bus  
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>M. Edo Suryawan Siregar, M.B.A</u> NIP. 19720125 200212 1 002	Ketua	 .....	19-08-2019 .....
2. <u>Dr. Mohamad Rizan, S.E, M.M</u> NIP. 19720627 200604 1 001	Penguji Ahli	 .....	19-08-2019 .....
3. <u>Rahmi, S.E, M.S.M</u> NIP. 19830501 201803 2 001	Sekretaris	 .....	20-08-2019 .....
4. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Pembimbing I	 .....	20-08-2019 .....
5. <u>Andrian Haro, S.Si, M.M</u> NIP. 19850924 201404 1 002	Pembimbing II	 .....	16-08-2019 .....

Tanggal Lulus: 13-08-2019

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berani menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Agustus 2019

Yang membuat pernyataan



Felisa Febiola

No. Reg: 8215153712

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas rahmat dan kasih-Nya yang luar biasa sehingga kita semua masih diberikan kesempatan untuk dapat menjalankan kegiatan kita selama ini dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti telah dibantu oleh banyak pihak yang mendorong peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan pada kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Suherman M.Si, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta yang telah memberikan banyak arahan kepada peneliti dan teman-teman manajemen selama perkuliahan.
3. Ibu Dra. Basrah Saidani, M.Si, selaku dosen pembimbing I dan bapak Andrian Haro, S.Si., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi selama ini.
4. Para dosen dan seluruh staff pegawai di Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan yang telah diberikan kepada peneliti selama perkuliahan maupun dalam penyusunan skripsi ini.

5. Kepada orang tua yang telah membantu peneliti baik dalam materil maupun moril agar penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar.
6. Kepada teman-teman geng trinity line: Susatio Hudan Abdurrohman, dan Indah Nuansa Bukusu sebagai teman seperjuangan sejak semester 1 hingga sekarang.
7. Kepada Alicia, dan Dessy yang telah memberikan bantuan support untuk peneliti. yang selalu menyemangati peneliti agar skripsi ini berjalan dengan baik.
8. Teman-teman Manajemen Reguler B 2015 yang sama-sama berjuang dalam perkuliahan dan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti baik secara langsung maupun tidak lansung dalam rangka penyelesaian skripsi ini.

Peneliti sadar bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 13 Agustus 2019

Felisa Febiola