

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR BEYOND THE SCENE
(BTS) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKOPEDIA (Survei pada Penggemar Beyond The Scene (BTS)
yang Menggunakan Tokopedia Di Jabodetabek)**

RIZQI DWI SUTARDI

1702517042



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat
gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA 2020**

***THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR BEYOND THE
SCENE (BTS) ON PURCHASING DECISIONS IN TOKOPEDIA
(Survey On Beyond The Scene (BTS) Fans Using Tokopedia In
Jabodetabek)***

RIZQI DWI SUTARDI

1702517042



***This Scientific Work has written to meet one of requirements to get Title of The
Ahli Madya at Faculty Of Economics State University of Jakarta.***

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA 2020***

ABSTRAK

RIZQI DWI SUTARDI. 2020. Pengaruh Brand Ambassador Beyond The Scene (BTS) Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia (Survei pada Penggemar Beyond The Scene (BTS) yang Menggunakan Tokopedia diJabodetabek). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Deskripsi tentang keputusan pembelian produk pada Tokopedia. 2) Deskripsi tentang *brand ambassador* BTS. 3) Pengaruh *brand ambassador* BTS terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode survei yang menggunakan kuesioner secara online. Sampel dalam penelitian ini melibatkan 100 responden. Subjek dalam penelitian ini adalah penggemar Beyond The Scene (BTS) yang menggunakan Tokopedia di Jabodetabek.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *brand ambassador* Beyond The Scene (BTS) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia, hal ini dibuktikan dengan hasil hipotesis dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dalam Koefisien Determinasi (R^2) *brand ambassador* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 35,9% dan 64,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Brand Ambassador, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

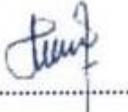
RIZQI DWI SUTARDI. 2020. The Effect Of Brand Ambassador Beyond The Scene(BTS) On Purchasing Decisions In Tokopedia (Survey on Beyond The Scene(BTS) Fans Using Tokopedia in Jabodetabek). DIII Study Program in Marketing Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This scientific work aims to find out: 1) Description of the product purchasing decision on Tokopedia. 2) Description of BTS brand ambassadors. 3) The influence of BTS brand ambassadors on purchasing decisions on Tokopedia. The method used in this study is a survey method using online questionnaires. The sample in this study involved 100 respondents. The subjects in this study were Beyond The Scene (BTS) fans using Tokopedia in Jabodetabek.

Based on the results of this research show that brand ambassador beyond the scene (BTS) influence purchasing decisions on Tokopedia, this evidenced by the results of the hypothesis with a significance value of 0,000. In the coefficient of determination (R^2) brand ambassador influence purchasing decisions by 35,9% and 64,1% influenced by other variables.

Keywords: Brand Ambassador, Purchasing Decision.

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
			
Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No.	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1.	<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001 (Ketua Penguji)		<u>8 - 8 - 2020</u>
2.	<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 195702211985032002 (Penguji Ahli)		22-8-2020
3.	<u>Shandy Aditya, BIB MPBS</u> NIP. 198404082019031003 (Dosen Pembimbing)		10-8-2020
Nama : Rizqi Dwi Sutardi No. Registrasi : 1702517042 Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 22 Juni 2020			

LEMBAR ORISANILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizqi Dwi Sutardi
NIM : 1702517042
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari Karya Ilmiah dengan judul **“Pengaruh Brand Ambassador Beyond The Scene (BTS) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia (Survei pada Penggemar Beyond The Scene (BTS) yang Menggunakan Tokopedia Di Jabodetabek)** ini adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima Tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Tangerang, 26 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Rizqi Dwi Sutardi

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizqi Dwi Sutardi
NIM : 1702517042
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Negeri Jakarta**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “**Pengaruh Brand Ambassador Beyond The Scene (BTS) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia (Survei pada Penggemar Beyond The Scene (BTS) yang Menggunakan Tokopedia Di Jabodetabek)**”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Universitas Negeri Jakarta** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolaannya dalam pangkatan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 27 Agustus 2020

Yang menyatakan,

A green postage stamp with the text 'METERAI TEMPEL', '637F9AHF452921478', '6000', and 'ENAM RIBU RUPIAH'. A blue ink signature is written over the stamp.

Rizqi Dwi Sutardi

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur dipanjatkan pada Allah SWT, Tuhan yang maha pengasih dan maha penyayang dan selawat yang selalu tercurah untuk Nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat dan petunjuknya dari Allah SWT peneliti dapat diberikan kekuatan, kesehatan, kemudahan, dan kesempatan. Terimakasih kepada Orang Tua peneliti yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini tepat waktu yang berjudul Pengaruh *Brand Ambassador Beyond The Scene* (BTS) Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia (Survei pada Penggemar *Beyond The Scene* (BTS) yang Menggunakan Online Shop Tokopedia di Jabodetabek).

Karya ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dengan terselesaikannya penelitian Karya Ilmiah, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Shandy Aditya, BIB MPBS selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu praktikan dalam proses penulisan Karya Ilmiah.
2. Dra. Sholikhah, MM. Selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Ari Saptono, SE, M.Pd. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

4. Seluruh teman-teman yang senantiasa memberikan dukungan kepada peneliti.
5. Seluruh responden yang telah mengisi kuesioner yang diberikan peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

Selain itu peneliti tentu menyadari bahwa dari penelitian ini didalamnya masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca supaya kedepannya laporan ini dapat menjadi lebih baik lagi.

Demikian karya ilmiah ini dibuat dengan sebaik-baiknya oleh peneliti. Semoga karya ilmiah ini memuat beragam informasi yang dapat bermanfaat. Dalam karya ilmiah ini peneliti menyadari adanya kekurangan. Oleh sebab itu, peneliti berharap mendapatkan kritik dan saran untuk memperbaiki karya ilmiah ini.

Tangerang Selatan, 1 April 2020

Peneliti