

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, DIGITAL
MARKETING DAN MERCHANDISE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LEMONILO PADA NCTZEN
INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata- 1
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh :

AFIFAH DEVANI AMANAH

1121800073

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUTUS 1945
SURABAYA
2022**

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, DIGITAL
MARKETING DAN MERCHANDISE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LEMONILO PADA NCTZEN
INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata- 1

Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh :

AFIFAH DEVANI AMANAH

1121800073

**PROGRAM STUDI ADMINSTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUTUS 1945
SURABAYA**

2022

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, DIGITAL
MARKETING DAN MERCHANDISE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LEMONILO PADA NCTZEN
INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata- 1

Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh :

AFIFAH DEVANI AMANAH

1121800073

**PROGRAM STUDI ADMNISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUTUS 1945
SURABAYA
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Afifah Devani Amanah

NBI : 1121800073

**Judul : Pengaruh *Brand Ambassador*, *Digital Marketing*, dan *Merchandise*
Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo Pada NCTZEN Indonesia**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

Surabaya, 30 Juni 2022

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing



Drs. Agung Pujianto, M.M

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal.....

Dewan Penguji :

1. Drs. Agung Pujianto, M.M
NPP: 20120.92.0284
2. IGN. Anom Maruta, Dr., MM
Anggota
3. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM
Anggota

(Handwritten signatures of the exam board members)

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

(Official stamp of the Faculty of Social and Political Sciences, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, with a handwritten signature over it)

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Afifah Devani Amanah
NBI : 1121800073
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador, Digital Marketing, dan Merchandise Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo Pada NCTZEN Indonesia

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya tulis adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian, atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 8 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



(Afifah Devani Amanah)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afifah Devani Amanah
NBI/ NPM : 1121800073
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh Brand Ambassador Digital Marketing, dan Merchandise Terhadap Keputusan Pembelian Lemonito Pada NETZEN Indonesia

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 30 Juni 2022

Yang Menyatakan,



(.....)
Afifah Devani Amanah

*Coret yang tidak perlu

ABSTRACT

The spread of Hallyu or the Korean wave over the past few years has continued to increase. The Korean wave or Hallyu has a variety of products ranging from K-drama, Film, Music (K-pop), Fashion and also food from South Korea which is now common among Indonesian people. Currently, what is really enjoyed by the Indonesian people, from teenagers to adults, both women and men, starting from their teens to their tens, is K-Pop. K-pop has an important role in popularizing the Korean wave in Indonesia. This study uses a quantitative method by using a questionnaire in the form of a google form as the instrument. The population in this study was NCTZEN who had bought Lemonilo x NCT Dream products. The sample in this study used non-probability sampling with purposive sampling of 96 respondents. The data analysis technique in this research is the instrument test, classical assumption test, multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The results of this research show that together the independent variables have an influence on purchasing decisions.

Keywords : *Brand Ambassador, Digital Marketing, Merchandise*

ABSTRAK

Meluasnya *Hallyu* atau Gelombang Korean (*Korean wave*) selama beberapa tahun ini terus meningkat. *Korean wave* atau *Hallyu* memiliki berbagai macam produk mulai dari K-drama, Film, Musik (K-pop), Fashion dan juga makanan asal Korea Selatan saat ini sudah lazim di kalangan masyarakat Indonesia. Saat ini yang sangat di gemari oleh masyarakat Indonesia mulai dari kalangan remaja hingga dewasa baik perempuan ataupun laki-laki mulai dari usai belasan tahun hingga puluhan adalah K-Pop. K-pop memiliki peranan yang penting dalam mempopulerkan *korean wave* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk google form sebagai instrumennya. Populasi dalam penelitian ini adalah NCTZEN yang pernah membeli produk Lemonilo x NCT Dream. Sampel dalam penelitian menggunakan non probability sampling dengan *purposive sampling* dari 96 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Ambassador, Digital Marketing, Merchandise*

KATA PENGANTAR

Tiada kata lain selain mengucapkan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Brand Ambassador, Digital Marketing, Dan Merchandise Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo Pada Nctzen Indonesia”.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk dapat mencapai Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna oleh karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis dapatkan, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa ada bantuan dan Kerjasama dari pihak-pihak lain. Oleh karena itu kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendorong terwujudnya skripsi ini. dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Keluarga saya terutama kedua orang tua Mamah dan Papah yang selalu mendukung saya secara moral dan material selama saya berkuliah di UNTAG Surabaya.
2. Kaprodi Administrasi Bisnis, Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M yang telah memberikan pengarahan dan pemahaman terkait dengan skripsi.
3. Bapak Drs. Agung Pujianto, M.M selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, ilmu, dan motivasi pada saat pengerjaan skripsi maupun saat perkuliahan.
4. Ibu Dra. Sri Andayani, M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran, masukan dan kemudahan pada saat pengerjaan skripsi maupun perkuliahan.
5. Semua dosen Administrasi Bisnis Untag Surabaya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan referensi untuk pengerjaan skripsi dan atas pembelajaran yang saya tempuh sampai sekarang ini.
6. Kepada saudara saya yaitu Suci Devika Amanah S.H, M.Kn. dan Muhammad Raifhan Azhar Rugian dan sepupu saya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah memberikan semangat motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
7. Pejuang Skripsi (Novita) yang sama-sama berjuang dan menguatkan untuk menyelesaikan skripsi masing-masing.
8. Aliza Faradilla yang selalu ada dan telah memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Alfiani Mauluda N selalu teman kuliah dan tempat berkeluh kesah perihal perkuliahan.
10. Semua orang yang membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan kearah yang lebih baik. Semoga Allah Swt. Senantiasa melimpahkan rahmat dan rida-Nya kepada kita semua.

Surabaya, 2022

Penulis

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
.....	Error! Bookmark not defined.
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA	7
1.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Brand Ambassador	11
2.2.2 Digital Marketing	14
2.2.3 Merchandise.....	18
2.2.4 Keputusan Pembelian	20

2.2	Konseptualisasi	23
2.2.1	Definisi Konsep.....	23
2.2.2	Definisi Operasional.....	24
2.3	Kerangka Pikir	24
2.4	Hipotesis.....	26
BAB III.....		27
METODOLOGI PENELITIAN		27
2.1	Rancangan Penelitian	27
1.2	Populasi dan Sampel	27
1.2.1	Populasi	27
1.2.2	Sampel.....	28
1.3	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	28
1.3.1	Skala Pengukuran.....	28
1.3.2	Instrumen Penelitian.....	29
1.4	Jenis dan Sumber Data	32
1.5	Teknik Pengumpulan Data	32
1.6	Teknik Analisis Data.....	32
1.6.1	Uji Instrumen.....	32
1.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	33
1.6.3	Regresi Linier Berganda.....	34
1.6.4	Uji Determinasi (R^2).....	34
1.6.5	Uji Hipotesis.....	34
BAB IV		37
PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN		37
3.1	Penyajian Data.....	37
4.1.1	Gambaran Obyek Penelitian.....	37
4.1.2	Karakteristik Responden	40
4.1	Uji Instrumen	41
4.2.1	Uji Validitas	41
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	42

4.2	Tabulasi Data.....	42
4.3.1	Hasil Dekripsi Jawaban Responden.....	52
4.3	Analisis Data	57
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	57
4.3.2	Regresi Linear Berganda	60
4.3.3	Uji Determinasi (R^2)	61
4.3.4	Uji Hipotesis	62
4.4	Pembahasan	64
BAB V	67
PENUTUP	67
4.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Rekomendasi	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara Dengan Penggemar K-Pop Terbanyak	1
Gambar 2. 1	24
Gambar 4. 1 Founder Lemonilo	37
Gambar 4. 2 Produk – produk Lemonilo	38
Gambar 4. 3 Lemonilo x NCT Dream	38
Gambar 4. 4 NCT	39
Gambar 4. 5 NCT Dream Chewing Gum	39
Gambar 4. 6 NCTZEN	40
Gambar 4. 7 Uji Normalitas Model Histogram	58
Gambar 4. 8 Uji Normalitas Data	58
Gambar 4. 9 Uji Heteroskedastisitas	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Definisi Konsep	23
Tabel 2. 2 Definisi Operasional	24
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert	29
Tabel 3. 2 Kisi – kisi Instrumen	29
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	40
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia	40
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	41
Tabel 4. 4 Uji Validitas	41
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Reliabilitas	42
Tabel 4. 6 Hasil Tabulasi Variabel Brand Ambassador (X1)	42
Tabel 4. 7 Hasil Tabulasi Variabel Digital Marketing (X2)	45
Tabel 4. 8 Hasil Tabulasi Variabel Merchandise (X3)	48
Tabel 4. 9 Hasil Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4. 10 Interval Rata-Rata Score	53
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Brand Ambassador	53
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Digital Marketing ..	54
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Merchandise	55
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4. 18 Hasil Uji Determinasi (R^2)	61
Tabel 4. 19 Hasil Uji Parsial (Uji t)	62
Tabel 4. 20 Hasil Uji F	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	72
Lampiran 2	76
Lampiran 3	78
Lampiran 4	78
Lampiran 5	79
Lampiran 6	80

