

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN FANATISME PENGGEMAR
TERHADAP MINAT BELI PARA
K-POPERS DI KOTA SURABAYA PADA PRODUK MIE *INSTAN*
LEMONILO**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

WAKIDA BELLA NOVIKA
NBI : 1121800017

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

2022

**PENGARUH *BRAND* AMBASSADOR DAN FANATISME
PENGGEMAR TERHADAP MINAT BELI PARA
K-POPER DI KOTA SURABAYA PADA PRODUK MIE
INSTAN LEMONILO**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

WAKIDA BELLA NOVIKA
NIM:1121800017

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

2022


TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : Wakida Bella Novika
NPM : 1121800017
Judul : **PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN FANATISME
PENGEMAR TERHADAP MINAT BELI PARA
K-POPERS DI KOTA SURABAYA PADA PRODUK MIE
INSTAN LEMONILO**

Surabaya, 28 Juni 2022

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103


Dra. Sri Andayani, M.M.
NPP. 20120.93.0322

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

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

Dewan Penguji :

- 1. Dra. Sri Andayani, M.M.
Ketua**
- 2. Drs. Agung Pujianto, M.M.
Anggota**
- 3. Dr. IGN. Anom Maruta, M.M.
Anggota**

(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

Mengesahkan :

**Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya**



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wakida Bella Novika

NPM : 1121800017

Progam Studi : Administrasi Bisnis

Judul : PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN FANATISME PENGGEMAR TERHADAP MINAT BELI PARA K-POPERS DI KOTA SURABAYA PADA PRODUK MIE *INSTAN LEMONILO*

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat merupakan hasil karya saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing , bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah di publikasikan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.

Jika saya mengambil,mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam daftar pustaka penelitian ini. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan kedalam daftar pustaka maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh

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

Surabaya, 28 Juni 2022
Pembuat Pernyataan



(Wakida Bella Novika)

MOTTO

태업을 감아 다시 해도 괜찮아

(taeyeob-eul gam-a dasi haedo gwaenchanh-a)

Tidak apa-apa untuk mengakhiri dan melakukannya lagi.

즐길 수 있으면 돼 결국 행복하면 돼

(jeulgil su iss-eumyeon dwae gyeolgug haengboghameon dwae)

Kau hanya perlu menikmatinya, kau hanya perlu bahagia pada akhirnya.

Life Is Still Going On.

Hidup masih terus berjalan.

(NCT Dream - Life Is Still Going On)

너의 미래는 바로 상상에 달렸어

(neoui milaeneun balo sangsang-e dallyeoss-eo)

Masa depanmu tergantung imajinasimu.

두려움 따윈 버려 우린 그래도 돼

(dulyeoum ttawin beolyeo ulin geulaedo dwae)

Buang ketakutanmu, kita pasti bisa.

(EXO – POWER)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya dan juga saya diherikan petunjuk untuk dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* dan Fanatisme Penggemar Terhadap Minat Beli Para Kpopers di Kota Surabaya Pada Produk Mie *Instan Lemonilo*” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan secara langsung maupun tidak langsung, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Tuhan saya Allah SWT, karena diberi nikmat sehat, keadaan yang mendukung untuk mengerjakan skripsi hingga diberi jalan untuk kemudahan dan kelancaran.
2. Orang tua saya yang selalu memberi doa dan dukungan kepada saya. Serta adik perempuan saya yang selalu mendukung segala pilihan dan langkah yang saya ambil.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Sri Andayani, MM selaku dosen pembimbing pertama saya dan Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku dosen pembimbing kedua yang telah sabar untuk meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing saya.
5. “Human Diary” yang selalu ada untuk saya Frisca Septiaulia Faragita, ilysm.
6. Sahabat masa sekolah saya hingga saat ini Maulidya Titania Yuni Rahmawati serta Iva Khoirun Nisa yang selalu mendukung saya.
7. Teman kuliah saya dari semester awal Achmad Rovi Al Hakim yang berjuang bersama selama masa kuliah.
8. Teman-teman seangkatan Administrasi Bisnis 2018
9. Member EXO dan NCT yang telah memotivasi saya untuk mengerjakan segala sesuatu dengan baik serta menghargai waktu.

10. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner serta seluruh pihak yang telah terlibat.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis menyadari masih terdapat banyak kelemahan. Maka dari itu, penulis mengharapkan adanya dukungan positif berupa kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar mampu menghasilkan karya yang baik bagi pembacanya.

Surabaya, 22 Juni 2022

Wakida Bella Novika

ABSTRACT

Several local brands have started to make Korean Idol as the Brand Ambassador of the products they offer, one of which is the Brand Ambassador of the Lemonilo instant noodle product, namely NCT Dream which is a boy group from South Korea. A brand ambassador is an advertising supporter or also called a product spokesperson who is chosen from a famous person or unknown person who has an attractive appearance to attract the attention and memory of consumers. The selection of a Brand Ambassador can also trigger fan fanaticism which looks excited. The fanaticism that will be discussed in this study is the fanaticism that hit the fans. This study uses a quantitative research approach with a sampling method, namely non-probability sampling with a sample of 100 respondents. The population in this study were K-Popers in Surabaya aged 17-30 years and the data collection techniques were questionnaires through google form media and data analysis techniques using SPSS version 20 software. t table with a probability value less than 0.05. And based on simultaneous data analysis, F arithmetic is obtained which is greater than F table with a probability value less than 0.05. So it can be concluded that Brand Ambassador and Fanaticism have a significant effect on buying interest. K-Popers in Surabaya on Lemonilo instant noodle products. with a determination value of 51.5% and the remaining 48.5% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Brand Ambassador, Fan Fanaticism, and Buying Interest

ABSTRAK

Beberapa brand lokal mulai menjadikan *Korean Idol* sebagai *Brand Ambassador* dari produk yang mereka tawarkan salah satunya adalah *Brand Ambassador* dari produk mie instan Lemonilo yaitu NCT Dream yang merupakan *boygroup* dari Korea Selatan. *Brand ambassador* adalah pendukung iklan atau disebut juga juru bicara produk yang dipilih dari orang terkenal atau orang tidak dikenal yang mempunyai penampilan menarik untuk menarik perhatian dan ingatan konsumen. Pemilihan *Brand Ambassador* juga dapat memicu fanatisme penggemar yang terlihat heboh. Adapun fanatisme yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah fanatisme yang melanda kalangan penggemar. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode sampling yaitu *non-probability sampling* dengan sampel 100 responden. Populasi pada penelitian ini yaitu para K-Popers di Surabaya yang berusia 17-30 tahun dan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner melalui media *google form* dan teknik analisis data menggunakan *software* SPSS versi 20. Berdasarkan hasil analisis data secara parsial diperoleh t hitung yang lebih besar dari t tabel dengan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05. dan berdasarkan analisis data secara simultan diperoleh F hitung yang lebih besar daripada F tabel dengan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Brand Ambassador* dan Fanatisme penggemar berpengaruh signifikan terhadap minat beli para K-Popers di Surabaya pada produk mie instan Lemonilo. dengan nilai determinasi sebesar 51,5% dan sisanya 48,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Fanatisme Penggemar, dan Minat Beli

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO.....	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.3 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1 Konsep <i>Brand</i>	12
2.2.2. <i>Brand Ambassador</i> (X1)	13
2.2.2.2. Peranan <i>Brand Ambassador</i>	13
2.2.2.3. Manfaat <i>Brand Ambassador</i>	14
2.2.2.4. Karakteristik <i>Brand Ambassador</i>	14
2.2.3. Fanatisme Penggemar (X2).....	15
2.2.4. Minat Beli (Y).....	17
2.3. Definisi Konsep.....	19
2.4. Definisi Operasional.....	20
2.5. Kerangka Dasar Pemikiran.....	21
2.6. Hubungan Antar Variabel	21
2.6.1. Hubungan Antara <i>Brand Ambassador</i> dengan Minat Beli.....	21
2.6.2. Hubungan Antara Fanatisme Penggemar dengan Minat Beli	21
2.7. Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Jenis dan Rancangan Penelitian	23
3.1.1. Rancangan Penelitian	23

3.2	Populasi dan Sampel	23
3.2.1.	Populasi	23
3.2.2.	Sampel	23
3.3	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	24
3.3.1.	Skala Pengukuran	24
3.3.2.	Instrumen Penelitian.....	25
3.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	25
3.4.1.	Jenis Data	25
3.4.2.	Sumber Data.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data	26
3.6	Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1.	Uji Instrumen.....	27
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.3.	Uji Analisis Linear Berganda.....	27
3.6.4	Uji Hipotesis.....	28
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN		30
4.1	Penyajian Data.....	30
4.1.1	Gambaran Obyek Penelitian.....	30
4.1.2	Karakteristik Responden	32
4.1.3	Uji Instrumen.....	33
4.2.	Tabulasi Data.....	34
4.1.3	Hasil Deskripsi Jawaban Repsonden.....	44
4.3	Analisis Data	49
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	49
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.3.2	Uji Korelasi (R^2).....	50
4.3.3	Uji t.....	51
4.3.4	Uji F	52
4.4	Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP.....		55
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Rekomendasi	56
DAFTAR PUSTAKA		58

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	25
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	33
Tabel 4. 4 Uji Validitas	33
Tabel 4. 5 Uji Realibilitas	34
Tabel 4. 6 Tabulasi Data Brand Ambassador.....	34
Tabel 4. 7 Tabulasi Data Fanatisme Penggemar (X2).....	38
Tabel 4. 8 Tabulasi Data Minat Beli (Y).....	41
Tabel 4. 9 Hasil Deskripsi Jawaban Responden Variabel Brand Ambassador (X1).....	44
Tabel 4. 10 Hasil Deskripsi Jawaban Responden Variabel Fanatisme Penggemar (X2)	46
Tabel 4. 11 Hasil Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y)	47
Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4. 14 Uji Korelasi (R^2) Uji R^2	51
Tabel 4. 15 Uji t	51
Tabel 4. 16 Uji F	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Fans K-Pop.....	1
Gambar 1. 2 Official Instagram Account NCT.....	2
Gambar 1. 3 Artis K-Pop Yang Banyak Dibicarakan.....	3
Gambar 1. 4 Data Penjualan Mie Instan.....	4
Gambar 1. 5 Negara Dengan Konsumsi Mie Instan Terbesar.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Dasar Pemikiran.....	21
Gambar 6. 1 Logo Lemonilo.....	30
Gambar 6. 2 Lemonilo x NCT Dream.....	31
Gambar 6. 3 Photocard NCT Dream dalam Kemasan Lemonilo.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kesioner.....	60
Lampiran 2 : Uji Validitas.....	64
Lampiran 3 : Uji Reabilitas.....	64
Lampiran 4 : Uji Normalitas.....	65
Lampiran 5 : Uji Multikolinearitas.....	65
Lampiran 6 : Uji Linear Berganda.....	65
Lampiran 7 : Uji Koefisien Determinasi.....	66
Lampiran 8 : Uji F.....	66
Lampiran 9 : Kartu Bimbingan.....	67
Lampiran 10 : Hasil Turnitin.....	68
Lampiran 11 : Lembar Perintah Revisi.....	69