

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, kasih, karunia, dan rahmatNya, peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“PENGARUH SIKAP KONSUMEN KEPADA BTS SEBAGAI *BRAND* *AMBASSADOR* DAN DAYA TARIK IKLAN TOKOPEDIA #1EVERYDAY TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN”**, dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Peneliti sadar tanpa bantuan doa dan dukungan dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam pelaksanaan dan proses penelitian Tugas Akhir ini, yaitu kepada :

1. Dr. Naniek. N. Setijadi, S.Pd., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Marsefio Sevyone Luhukay, S.sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Drs. Emrus, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada Peneliti.
4. Jumadal Simamora, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Penguji Tugas Akhir yang telah memberikan banyak masukan kepada Peneliti.

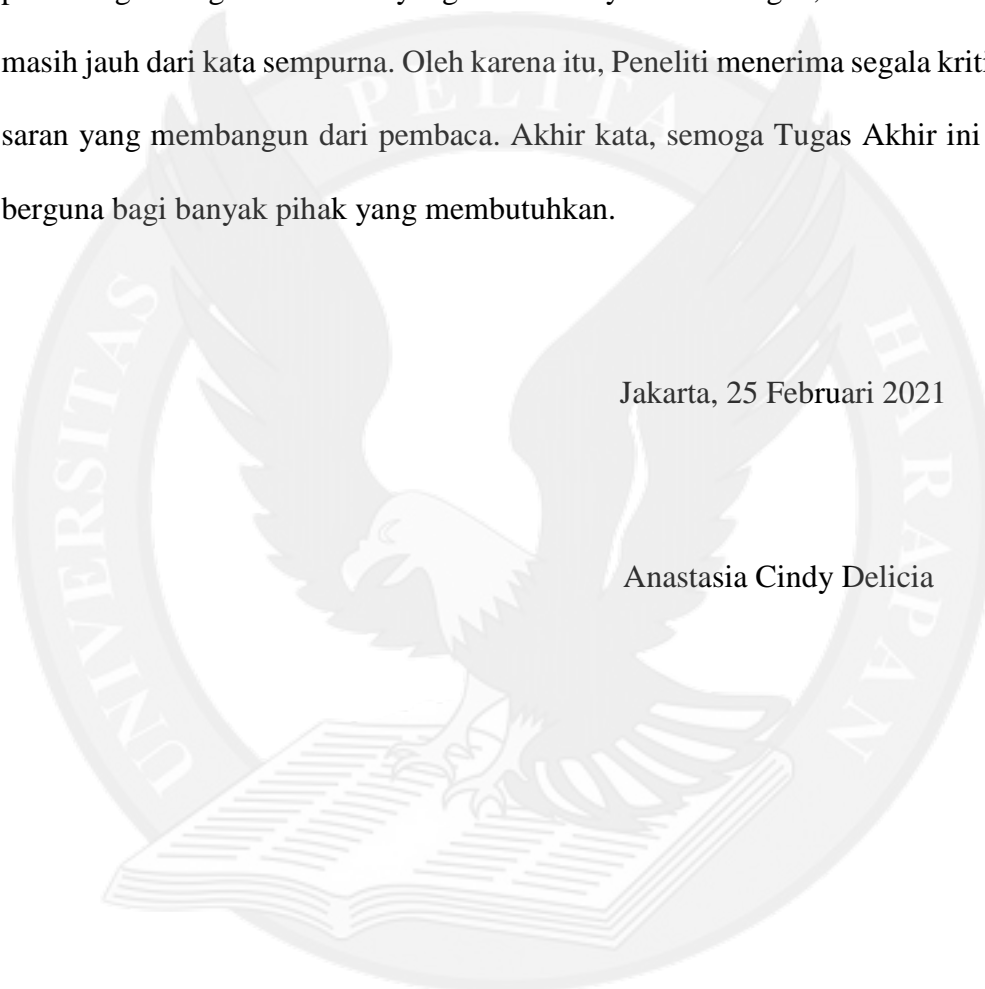
5. Agustin Diana Wardaningsih, S.E.,M.I.Kom selaku Dosen Penguji Tugas Akhir yang telah memberikan banyak masukan kepada Peneliti.
6. Johannes Helijanto, S.S., M.Si.,Ph.D selaku dosen Pembimbing Akademik Peneliti, yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
7. Kepada seluruh staff Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan yang telah memberi banyak bantuan sehingga Penelitian ini dapat selesai dengan tepat waktu.
8. Papa, Mama, dan Koko Ricky serta keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan kasih sayang, serta banyak dukungan positif bagi Peneliti.
9. Terima kasih kepada para responden yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner Peneliti.
10. Untuk Cece Priska Angelina terima kasih telah bersedia memberikan banyak masukan selama proses penelitian skripsi.
11. Terima kasih kepada Septiana yang selalu mau mendengarkan dan membantu Peneliti selama Tugas Akhir.
12. Terima kasih kepada grup Ica-ica (Christianne Vania, Clara Alverina, Cyntia Virginia, Sarah Grace, Ivana Princessa) teman-teman Peneliti selama masa awal sampai akhir perkuliahan, kita telah melewati banyak kesulitan bersama, terima kasih untuk selalu ada, tanpa kalian Peneliti tidak bisa sampai disini.
13. Terima kasih kepada Christa Angelia, Cecilia Lusiana, Kinanti Sekar, Gabriella Marceline, Jose, Udin, Agnes, dan Nickie yang selalu ada sejak

Peneliti masih SMP-SMA, selalu membantu, juga memberikan dukungan kepada Peneliti.

Semoga dengan tersusunnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Peneliti menyadari bahwa tidak ada gading yang tidak retak, maka begitu pula dengan Tugas Akhir ini yang masih banyak kekurangan, keterbatasan, dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, Peneliti menerima segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi banyak pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 25 Februari 2021

Anastasia Cindy Delicia



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Akademis.....	11
1.5.2 Praktis.....	11
1.5.3 Sosial.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN	
2.1 Subjek Penelitian.....	14
2.1.1 <i>Korean Wave</i>	14
2.1.2 Perempuan.....	15
2.1.3 Generasi Z.....	16
2.1.4 Tokopedia Indonesia.....	18
2.1.5 BTS Sebagai <i>Brand Ambassador</i>	21
2.2 Objek Penelitian.....	23
2.2.1 Iklan Tokopedia #1Everyday (Tokopedia x BTS).....	23
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	
3.1 Komunikasi.....	26
3.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	27
3.2.1 Strategi Pemasaran.....	28
3.2.2 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	29
3.2.3 <i>Branding</i>	29
3.3 <i>Advertising</i>	30
3.3.1 Strategi Iklan.....	33
3.3.2 Daya Tarik Iklan.....	34
3.4 <i>Brand Ambassador</i>	36
3.5 Sikap dan Perilaku Konsumen.....	39

3.6 Sikap Konsumen Kepada <i>Brand Ambassador</i>	40
3.7 Minat Beli Konsumen.....	41
3.8 <i>New Media</i>	43
3.9 Teori AIDDA.....	44
3.10 Perempuan Generasi Z.....	45
3.11 Penelitian Sebelumnya.....	46
3.12 Pola Pikir.....	50
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	
4.1 Pendekatan Penelitian.....	51
4.2 Metode Penelitian.....	51
4.3 Operasionalisasi Variabel.....	53
4.4 Teknik Pengujian Instrumen (Validitas & Reabilitas).....	64
4.5 Teknik Pengumpulan Data.....	74
4.5.1 Kuesioner.....	74
4.5.2 Studi Literatur.....	75
4.6 Populasi dan Sampel.....	75
4.7 Teknik Analisa Data.....	77
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hasil Penelitian.....	79
5.1.1 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian.....	87
5.2 Pembahasan.....	96
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Simpulan.....	104
6.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	
CURRICULUM VITAE	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Negara Dengan Pertumbuhan <i>E-commerce</i> Tercepat.....	7
Gambar 1.3 Peta <i>E-commerce</i> di Indonesia Q2 2019.....	8
Gambar 1.4 Peta <i>E-commerce</i> di Indonesia Q4 2019.....	8
Gambar 1.5 Peta <i>E-commerce</i> di Indonesia Q2 2020.....	9
Gambar 2.1 Perbandingan Transaksi Perempuan dan Laki-laki.....	16
Gambar 2.2 Logo Tokopedia.....	18
Gambar 2.3 Poster Tokopedia.....	23
Gambar 2.4 <i>Screenshot</i> Iklan Tokopedia.....	25
Gambar 2.5 <i>Screenshot</i> Iklan Tokopedia.....	25
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir.....	50
Gambar 4.1 Rumus R Hitung.....	68
Gambar 4.2 Rumus T Hitung.....	69
Gambar 4.3 Rumus <i>Alpha Cronbach</i>	73
Gambar 5.1 Grafik Media Iklan.....	81
Gambar 5.2 Grafik Media Iklan Tokopedia #1Everyday.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uji F.....	65
Tabel 4.2 Uji T.....	66
Tabel 4.3 Uji Validitas Sikap Konsumen Kepada <i>Brand Ambassador</i>	70
Tabel 4.4 Uji Validitas Daya Tarik Iklan.....	71
Tabel 4.5 Uji Validitas Minat Beli	72
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.7 Skala Likert.....	78
Tabel 5.1 Pekerjaan Responden.....	80
Tabel 5.2 Usia Responden.....	81
Tabel 5.3 Frekuensi Belanja	82
Tabel 5.4 Uji Normalitas.....	83
Tabel 5.5 Uji Heterodektisitas.....	84
Tabel 5.6 Uji Multikolinieritas.....	85
Tabel 5.7 Uji Analisis Linear Berganda.....	85
Tabel 5.8 Uji Koefisien Determinasi.....	87
Tabel 5.9 Hasil Penelitian Sikap Konsumen Kepada <i>Brand Ambassador</i>	88
Tabel 5.10 Hasil Penelitian Daya Tarik Iklan	91
Tabel 5.11 Hasil Penelitian Minat Beli.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir.....A-1

Uji Turnitin.....A-2

LAMPIRAN B

Kuesioner.....B-1

Rekapitulasi Jawaban Responden.....B-16

Uji Validitas.....B-26

Uji Reliabilitas.....B-30

Chart Normalitas dan Heterokedastisitas.....B-31

LAMPIRAN C

Curriculum Vitae.....C-1

