

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR KPOP* (BTS)
DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *ONLINE*
REPURCHASE INTENTION PENGGUNA APLIKASI
E-COMMERCE TOKOPEDIA**

(Studi pada mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



**Disusun Oleh :
FEBRIANI WUNGA
19022000322**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Febriani Wunga
Nomor Pokok : 19022000322
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador Kpop* (BTS) dan *Sales Promotion* Terhadap *Online Repurchase Intention* aplikasi Pengguna Aplikasi *E-commerce* Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang)

Malang, 08 Januari 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi

(M. NUR SINGGIH, SE., MM)

(M. NUR SINGGIH, SE., MM)



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Dr. Rudy Wahyono., M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH BRAND AMBASSADOR KPOP (BTS) DAN SALES PROMOTION
TERHADAP ONLINE REPURCHASE INTENTION PENGGUNA APLIKASI E-
COMMERCE TOKOPEDIA
(STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MERDEKA MALANG)

Dipersiapkan dan disusun oleh :
Febriani Wunga
19022000322

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

(M. NUR SINGGIH SE., MM)

Sekretaris Penguji

(Dra. DIAH WIDIAWATI, MM)

Anggota Penguji

(Dr. PUDJO SUGITO, MBA)

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang



Dr. Rudy Wahyono., M.Si



UNIVERSITAS MERDEKA MALANG

Kantor Jl. Terusan Raya Dieng No. 62-64 ☎ 0341.568395 ☎ 0341.564994, MALANG 65146

Homepage : <http://www.unmer.ac.id> e-mail : official@unmer.ac.id

STATUS : SEMUA PROGRAM STUDI TERAKREDITASI

FAKULTAS HUKUM

Prodi: S1 Hukum

FAKULTAS TEKNIK

Prodi: S1 Teknik Sipil
S1 Teknik Mesin
S1 Teknik Arsitektur
S1 Teknik Industri
S1 Teknik Elektro

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Prodi: S1 Ekonomi Pembangunan
S1 Manajemen
S1 Akuntansi
D3 Perbankan dan Keuangan
D3 Akuntansi
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
Prodi: S1 Sistem Informasi
D3 Sistem Informasi

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Prodi: S1 Administrasi Publik
S1 Administrasi Bisnis
S1 Ilmu Komunikasi
D3 Bahasa Inggris

PROGRAM DIPLOMA KEPARIWISATAAN

Prodi: D4 Destinasi Wisata
D3 Perhotelan
D3 Perjalanan Wisata

PROGRAM PASCASARJANA

Prodi: Magister Manajemen
Magister Administrasi Publik
Magister Hukum
Magister Arsitektur
Magister Akuntansi
Doktor Ilmu Ekonomi
Doktor Ilmu Sosial

FAKULTAS PSIKOLOGI

Prodi: S1 Psikologi

PROGRAM DI LUAR KAMPUS UTAMA

Prodi: S1 Manajemen
S1 Ilmu Hukum
S1 Ilmu Administrasi Negara
S1 Agroteknologi

Nomor : B-1600 /UM/XII/2022

Lampiran : -

H a l : Ijin penelitian

9 Desember 2022

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang
di-
Malang.

Menunjuk Surat Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Merdeka Malang nomor: B-581 / FEB /UM /XII /2022, tanggal, 01 Desember
2022, tentang Permohonan Ijin Mengadakan Penelitian, An :

N a m a : Febriani Wunga
No.Induk Mahasiswa : 19022000322
Semester : VII /2022
Program Studi : Manajemen
Lokasi Penelitian : UNMER Malang
Dosen Pembimbing : M. Nur Singgih, SE.,MM

Dengan ini kami beritahukan bahwa, pada prinsipnya tidak keberatan mahasiswa
tersebut di atas melakukan penelitian di lingkungan Universitas Merdeka Malang,
dengan Judul : **Pengaruh Brand Ambassador K-Pop(BTS) Dan Promo
Terhadap Online Repurchase Intention Pengguna Aplikasi E-Commerce Toko
Pedia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)**

CATATAN :

Sebelum melaksanakan penelitian agar menghadap ke Ka.Biro Akademik
(Dr. Parawiyati, M.Si. CSRS.).

Demikian atas perhatiannya di ucapkan terima kasih.



Dr. Sukardi, M.Si
NIDN : 0714016502

Tembusan :

1. Rektor UNMER Malang
2. Para Wakil Rektor UNMER Malang
3. Ka. LP2M UNMER Malang

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Febriani Wunga

NIM : 19022000322

Program studi : Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador Kpop* (BTS) dan *Sales Promotion* Terhadap *Online Repurchase Intention* Pengguna Aplikasi *E-commerce Tokopedia* (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang)

Lokasi yang diteliti : FEB Universitas Merdeka Malang

Alamat Rumah Asli : Kanelu, Desa Weerame Weerame, Wewewa Timur, SBD

No. Telp : 081317449237

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Februari 2023

Peneliti



Febriani Wunga

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Febriani Wunga
Nomor Pokok : 19022000322
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Tempat dan tanggal Lahir : Kanelu, 01 Februari 2002
Alamat : Kanelu. Desa Weerame, Wewewa Timur, SBD
Nama Orang Tua (Ayah) : Lende Wunga
(Ibu) : Margareta P. Daido
Riwayat Pendidikan :
2007-2013 : SD INPRES Kanelu
2013-2016 : SMPN 2 Wewewa Timur
2016-2019 : SMAN 1 Wewewa Timur
2019-2023 : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Brand Ambassador Kpop (BTS)* dan *Sales Promotion Terhadap Online Repurchase Intention Pengguna Aplikasi E-commerce Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang).***”

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Merdeka Malang.

Dalam penulisan ini penulis telah banyak mendapat bimbingan, dorongan, dan bantuan yang sangat besar artinya bagi penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Rudy Wahyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
2. M. Nur Singgih, SE.,MM selaku dosen pembimbing saya yang telah sabar dan telaten menyampaikan ilmunya dan menuntun saya dengan sangat baik dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Krisnawuri Handayani, SE.,MM selaku wali kelas Manajemen G Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
4. Keluarga tercinta yang telah banyak memberikan motivasi, nasehat dan kasih sayang yang luar biasa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

5. Para sahabat yang juga telah banyak memberikan dukungan dan motivasi kepada saya selama penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sebagai balasan yang setimpal dengan kebaikan mereka semua. Akhir kata, tiada kesempurnaan di dunia ini kecuali hanya miliknya semata. Begitupun dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan yang masih harus diperbaiki baik materi maupun susunanannya.

Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak guna melengkapi kekurangan skripsi ini.

Malang, 15 Februari 2023

Penulis

(Febriani Wunga)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PENELITIAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Pengembangan Hipotesis	27
D. Kerangka Pemikiran	32

BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Definisi Operasional Variabel	33
B. Lingkup Penelitian	35
C. Lokasi Penelitian	35
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	35
E. Jenis Data dan Sumber Data	37
F. Teknik Pengumpulan Data	37
G. Uji Instrumen	38
H. Teknik Analisis Data	40
I. Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	46
A. Hasil Penelitian	46
B. Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	76
C. Keterbatasan penelitian	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3 Penilaian Pernyataan	38
Tabel 4 Jenis Kelamin	51
Tabel 5 Usia	51
Tabel 6 Program Studi	52
Tabel 7 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1)	53
Tabel 8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Sales Promotion</i> (X2)	54
Tabel 9 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Sales Promotion</i> (Y)	55
Tabel 10 Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1)	56
Tabel 11 Uji Validitas Variabel <i>Sales Promotion</i> (X2)	57
Tabel 12 Uji Validitas Variabel <i>Online Repurchase Intention</i> (Y)	58
Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 14 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 15 Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 16 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	63
Tabel 17 Uji T <i>Brand Ambassador</i> Terhadap <i>Online Repurchase intention</i>	<u>65</u>
Tabel 18 Uji T <i>Sales Promotion</i> Terhadap <i>Online Repurchase Intention</i>	66
Tabel 19 Hasil Ujin F	67
Tabel 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengunjung <i>E-commerce</i>	2
Gambar 2 Banner <i>Brand Ambassador</i> Tokopedia BTS	4
Gambar 3 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	83
Lampiran 2 Tabulasi Data	89
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	96
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	102
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	103
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	104
Lampiran 7 Hasil Uji T.....	105
Lampiran 8 Hasil Uji F	106
Lampiran 9 Berita Acara Bimbingan Skripsi	107
Lampiran 10 Berita Acara Perbaikan Skripsi	108

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador Kpop* (BTS) dan *Sales Promotion* terhadap *Online Repurchase Intention* pengguna aplikasi *e-commerce* Tokopedia pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang. Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan memperoleh data primer. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 100 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang yang menggunakan aplikasi *e-commerce* Tokopedia. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji F (F-test), uji t (t-test), dan Uji koefisien determinan (R^2). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan ada program SPSS versi 25 baik secara parsial maupun simultan diperoleh hasil bahwa variabel *brand ambassador Kpop* (BTS) dan *Sales Promotion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *online repurchase intention*. Lalu berdasarkan uji analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel *sales promotion* mempunyai pengaruh dominan terhadap *online repurchase intention* pada pengguna aplikasi *e-commerce* Tokopedia dibandingkan variabel *Brand ambassador Kpop* (BTS). Hal ini dibuktikan melalui nilai Beta pada variabel *sales promotion* yang lebih besar dibandingkan variabel *brand ambassador Kpop* (BTS). Maka data disimpulkan bahwa *sales promotion* yang merupakan penawaran menarik bersifat jangka pendek mampu memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan konsumen untuk kembali melakukan pembelian pada aplikasi *e-commerce* Tokopedia.

Kata Kunci : *Brand Ambassador, Sales Promotion, Online Repurchase Intention*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the Kpop Brand Ambassador (BTS) and Sales Promotion on Online Repurchase Intention of users of the Tokopedia e-commerce application for students of the Faculty of Economics and Business, Merdeka University, Malang. This research was conducted by distributing questionnaires and obtaining primary data. The number of samples used in the study were 100 student respondents from the Faculty of Economics and Business, Merdeka University, Malang who used the Tokopedia e-commerce application. The data analysis technique used is multiple linear regression test, validity test, reliability test, classic assumption test, F test (F-test), t-test (t-test), and test the coefficient of determination (R²). Based on the results of the analysis that has been carried out on the SPSS program version 25 both partially and simultaneously, the results show that the Kpop brand ambassador (BTS) and Sales Promotion variables have a positive and significant effect on the online repurchase intention variable. Then, based on the multiple linear regression analysis test, it shows that the sales promotion variable has a dominant influence on online repurchase intention in Tokopedia e-commerce application users compared to the Kpop brand ambassador (BTS) variable. This is evidenced by the Beta value on the sales promotion variable which is greater than the Kpop brand ambassador (BTS) variable. So the data concluded that sales promotion, which is an attractive short-term offer, is able to have a greater influence on consumer decisions to return to making purchases on the Tokopedia e-commerce application.

Keywords: Brand Ambassador, Sales Promotion, Online Repurchase Intention