

**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](mailto:official@unmer.ac.id)

STATUS : SEMUA PROGRAM STUDI TERAKREDITASI

<b>FAKULTAS HUKUM</b> Prodi: S1 Hukum	<b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS</b> Prodi: S1 Ekonomi Pembangunan S1 Manajemen S1 Akuntansi D3 Perbankan dan Keuangan D3 Akuntansi	<b>FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK</b> Prodi: S1 Administrasi Publik S1 Administrasi Bisnis S1 Ilmu Komunikasi D3 Bahasa Inggris	<b>PROGRAM PASCASARJANA</b> Prodi: Magister Manajemen Magister Administrasi Publik Magister Hukum Magister Arsitektur Magister Akuntansi Doktor Ilmu Ekonomi Doktor Ilmu Sosial	<b>FAKULTAS PSIKOLOGI</b> Prodi: S1 Psikologi
<b>FAKULTAS TEKNIK</b> Prodi: S1 Teknik Sipil S1 Teknik Mesin S1 Teknik Arsitektur S1 Teknik Industri S1 Teknik Elektro	<b>FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI</b> Prodi: S1 Sistem Informasi D3 Sistem Informasi	<b>PROGRAM DIPLOMA KEPARIWISATAAN</b> Prodi: D4 Destinasi Wisata D3 Perhotelan D3 Perjalanan Wisata		<b>PROGRAM DI LUAR KAMPUS UTAMA</b> Prodi: S1 Manajemen S1 Ilmu Hukum S1 Ilmu Administrasi Negara S1 Agroteknologi

Nomor : B-1600 /UM/XII/2022

9 Desember 2022

Lampiran : -

H a l : Ijin penelitian

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

## 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 Uji 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 (R<sup>2</sup>). 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*