

ABSTRAK

Pengaruh Idol Korea Sebagai Brand Ambassador Shopee Terhadap Keputusan Pembelian di Kabupaten Sleman Yogyakarta

Oleh:

Cindy R Siagian

18071278

Teknologi internet dimanfaatkan sebagai suatu alat untuk memasarkan serta mempromosikan suatu barang dan jasa, saat ini teknologi tersebut dikenal dengan *e-commerce*. Salah satu *e-commerce* yang saat ini banyak digunakan adalah Shopee, Shopee telah mencatat 12 juta lebih transaksi di tujuh negara dengan kunjungan sebanyak 48 juta kali pada platform Shopee. Rekor ini diraih Shopee karena telah menggunakan strategi pemasaran dengan menggunakan *brand ambassador* dari Korea Selatan yaitu Blackpink, dengan melihat fenomena yang terjadi di masyarakat yaitu sebuah budaya populer yang berasal dari Korea Selatan. Dengan begitu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari idol Korea sebagai *brand ambassador* Shopee, dengan melihat ada tindakan keputusan untuk melakukan pembelian produk Shopee. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk memperoleh data statistik yang valid, guna mengukur dan mengetahui keterkaitan terhadap variabel yang diteliti, dengan menyebarkan formulir melalui google form sebagai cara untuk menganalisis data, pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan rumus *Solvin*. Pada variabel *brand ambassador* penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Royan (2004) yang memiliki 3 indikator yaitu 1.) *Attractiveness*, 2.) *Trustworthiness*, dan 3.) *Expertise*. Kemudian pada variabel Keputusan Pembelian menggunakan Teori AIDA yang dikemukakan oleh Kotler dan Susanto (1999). Setelah dilakukan penelitian dan analisis data, maka diperoleh tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan begitu idol Korea sebagai *brand ambassador* Shopee berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Pengaruh, Brand Ambassador, Keputusan Pembelian

Abstract

The influence of Korean idols as a Brand Ambassador Shopee on Purchasing Decisions in Sleman Yogyakarta Regency

By:

Cindi Rikegillia Siagian

18071278

Internet technology is used as a tool to market and promote goods and services, currently this technology is known as e-commerce. One of the most widely used e-commerce today is Shopee, Shopee has recorded more than 12 million transactions in seven countries with 48 million visits to the Shopee platform. Shopee achieved this record by using a South Korean brand ambassador Blackpink, by looking at the phenomenon that occurs in society, a popular culture that originated in South Korea. Thus the purpose of this study is to find out the influence of Korean idols as Shopee brand ambassador, by seeing that there is a decision action to make Shopee product purchases. The study used a descriptive quantitative method to obtain valid statistical data, to measure and determine the relationship to the variables studied, by spreading the form through google form as a way to analyze the data, and for the sampling in this study using purposive sampling and Solvin's for the formula. In the brand ambassador variables this study used the theory proposed by Royan (2004) which has 3 indicators, namely 1.) Attractiveness, 2.) Trustworthiness, and 3.) Expertise. Then in the variable of the Purchase Decision using the AIDA Theory presented by Kotler and Susanto (1999). After research and data analysis, the significance level is $0.000 < 0.05$ was obtained so that Korean idols as Shopee brand ambassador had a positive influence on purchasing decisions.

Keywords: Influence, Brand Ambassador, Purchase Decision