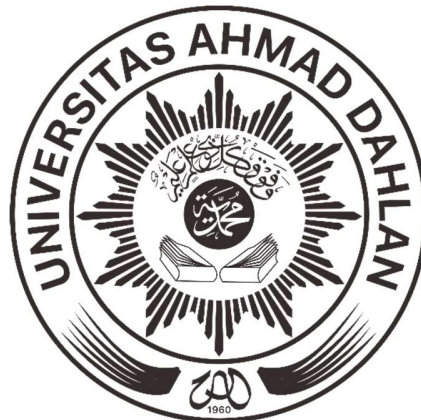


**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* BANGTAN
SONYEONDAN *DAN INSTAGRAM MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
*LOTTE XYLITOL GUM***

SKRIPSI

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu
Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi
Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan



**Disusun Oleh:
Puja Amiliya 1900030042**

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR BANGTAN SONYEONDAN DAN
INSTAGRAM MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK LOTTE XYLITOL GUM**

SKRIPSI

**Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Meraih Gelar Sarjana Sastra Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra,
Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan**



Oleh

**PUJA AMILIYA
1900030042**

Telah disetujui oleh:

**Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra,
Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan dan dinyatakan telah
memenuhi syarat untuk diujikan**

**Yogyakarta, 09 Desember 2023
Pembimbing**



**Muhammad Thoyib Amal, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIPM. 19930119 201908 111 1335**

PENGESAHAN

PENGARUH BRAND AMBASSADOR BANGTAN SONYEONDAN DAN
INSTAGRAM MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK LOTTE XYLITOL GUM

Oleh

Puja Amiliya
1900030168

Skripsi ini telah dipertahankan di depan panitia ujian skripsi pada tanggal 22 Desember 2023 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sastra Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan

SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

1. Ketua : Muhammad Theyib Amali, S.Ikom., M.Ikom.
2. Penguji I : Vani Dias Adiprabowo, S.Sn., M.Sn
3. Penguji II : Iman Sumarlan, S.IP., M.H.I.

Yogyakarta, 04 Januari 2024
Program Studi Ilmu Komunikasi Faku
Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Dekan



Wajiran, S.S., M.A., Ph.D.

NIP.19791218 200309 111 0900733

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puja Amiliya

NIM : 1900030042

Email : puja1900030042@webmail.uad.ac.id

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul : PENGARUH BRAND AMBASSADOR BANGTAN SONYEONDAN
DAN INSTAGRAM MARKETING TERHADAP KEPUTUSAAN
PEMBELIAN PRODUK LOTTE XYLITOL GUM.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian-bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

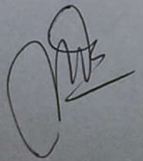
Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 04 Januari 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Yang menyatakan,



Fitrinanda An Nur, S.Ikom., M.A.
NIPM. 19930605 201810 011 1311335



Puja Amiliya
NIM.1900030042

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puja Amiliya

NIM : 1900030042

Email : puja1900030042@webmail.uad.ac.id

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul : PENGARUH BRAND AMBASSADOR BANGTAN SONYEONDAN
DAN INSTAGRAM MARKETING TERHADAP KEPUTUSAAN
PEMBELIAN PRODUK LOTTE XYLITOL GUM.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan dari penelitian/implementasi saya sendiri. Tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini. Serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 04 Januari 2024



Puja Amiliya
NIM. 1900030042

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puja Amiliya

NIM : 1900030042

Email : puja1900030042@webmail.uad.ac.id

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul : PENGARUH BRAND AMBASSADOR BANGTAN SONYEONDAN
DAN INSTAGRAM MARKETING TERHADAP KEPUTUSAAN
PEMBELIAN PRODUK LOTTE XYLITOL GUM.

Dengan ini saya menyerahkan hak *Sepenuhnya* kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak):



Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 04 Januari 2024



Puja Amiliya
NIM.1900030042

Mengetahui, Pembimbing



Muhammad Thoyib Amali, S.Ikom., M.Ikom.
NIPM. 19930119 201908 111 1335

MOTTO

“DON’T JUDGE A BOOK BY ITS COVER”

**KARENA KAMU GA AKAN PERNAH TAU
BAGAIMANA PROSES YANG DILALUI SAMPAI
BISA SAMPAI DI TITIK ITU**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Halaman ini saya persembahkan kepada:

Orangtua saya yaitu Bapak Sukarman dan Ibu tercinta saya Ibu Ulfatin yang selalu mendukung saya dalam segala hal.

Saudara kandung saya Achmad Firdaus dan Muhammad Yusuf yang selalu mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Bapak dan Ibu Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan yang sudah banyak membantu saya dalam proses pembelajaran.

Teman, Sahabat, serta Kerabat yang sudah selalu setia di sisi saya selama saya menyelesaikan skripsi ini.

Bangtan Sonyeondan selaku mood booster yang membantu saya selama menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGHANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan nikmat rahmat dan karunia dalam setiap aktivitas serta kehidupan, sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Ambassador Bangtan Sonyeondan dan Instagram Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lotte Xylitol Gum”. Penulisan skripsi ini memiliki tujuan untuk memperoleh salah satu syarat guna mendapatkan gelar sarjana program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan (UAD) Yogyakarta. Sholawat serta salam tidak lupa penulis haturkan atas kehadiran junjungan Nabi Muhammad SAW beserta seluruh pengikut hingga yaumul akhir.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak dibantu serta didukung oleh berbagai pihak dan instansi yang telah membimbing dan memberikan dukungan materi, moril, serta motivasi dalam proses penulisan kepada penulis hingga selesai. Maka dari itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas limpahan nikmat dan anugerah-Nya sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan semestinya.
2. Bapak Dr. Muchlas, M.T., selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan.
3. Bapak Wajiran, S.S., M.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
4. Ibu Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

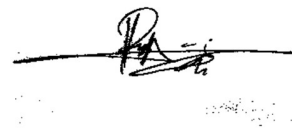
5. Bapak Muhammad Thoyib Amali, S.Ikom., M.Ikom., selaku dosen pembimbing skripsi saya di Universitas Ahmad Dahlan.
6. Bapak/Ibu Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
7. Bapak/Ibu segenap karyawan di Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
8. Orangtua saya yaitu Bapak Sukarman dan Ibu tercinta saya yaitu Ibu Ulfatin yang selalu menyemangati serta mendoakan saya yang sedang berjuang meraih gelar sarjana ilmu komunikasi, terimakasih karena sudah memberikan dukungan berupa moril dan materi. Semoga Bapak dan Ibu selalu diberikan umur yang panjang, serta diberikan kesehatan dan selalu dilindungi oleh Allah SWT baik didunia maupun di akhirat.
9. Terimakasih kepada kedua abangku Achmad Firdaus dan Muhammad Yusuf dan adik saya Muhammad Rifky Delvian yang selalu memberikan dukungan serta doa kalian untuk saya bisa mengrjar gelar sarjana ini. Semoga semua keluarga saya diberikan umur yang panjang, kesehatan, kesyksesan, dan selalu dilindungi oleh Allah SWT baik didunia maupun di akhirat.
10. Mood booster terbaik saya yaitu BTS terutama Jungkook yang memberikan dukungan moril dan menjadi objek pada penelitian ini, terimakasih telah lahir dan menolong saya saat sedang terpuruk saat itu, terimakasih untuk semua all member BTS semoga kita bisa bertemu di kesempatan lainnya.
11. Terimakasih yang paling besar kepada saya sendiri karena mampu menyelesaikan semua hal sendiri, so proud.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan masukan dan saran dari awal hingga akhir penelitian ini selesai.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan evaluasi dalam kajian ilmu komunikasi.

Wassalamualaikum Wr, Wb.

Yogyakarta, 04 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Puja Amiliya', written over a horizontal line.

Puja Amiliya
NIM. 1900030042

DAFTAR ISI

MOTTO.....	6
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	7
KATA PENGHANTAR.....	8
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	14
DAFTAR TABEL.....	15
ABSTRACK.....	16
INTISARI.....	17
BAB I.....	18
A. Latar Belakang Masalah.....	18
B. Rumusan Masalah.....	24
C. Tujuan Penelitian.....	24
D. Manfaat Penelitian.....	25
1. Aspek Teoritis/Akademis.....	25
2. Aspek Praktis.....	25
E. Kajian Pustaka.....	26
F. Landasan Teori.....	30
1. Elaboration Likelihood Model (ELM).....	31
2. Brand Ambassador.....	34
3. Instagram Marketing.....	39
4. Keputusan Pembelian.....	43
G. Definisi Konseptual.....	49
1. Brand Ambassador.....	49
2. Instagram Marketing.....	49
3. Keputusan Pembelian.....	50
H. Definisi Operasional.....	50
I. Kerangka Pemikiran.....	54
J. Hipotesis.....	55
K. Metode Penelitian.....	55
L. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	56

1.	Lokasi Penelitian	56
2.	Waktu Penelitian.....	56
M.	Populasi dan Sampel.....	57
1.	Populasi	57
2.	Sampel	57
N.	Teknik Pengambilan Sampel	58
O.	Sumber Data	59
1.	Data Primer.....	59
2.	Data Sekunder	59
P.	Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	60
1.	Teknik Pengumpulan Data	60
2.	Instrumen penelitian	60
Q.	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	61
1.	Uji Validitas	61
2.	Uji Reliabilitas.....	62
3.	Uji Asumsi Klasik	63
R.	Teknik Analisis Data.....	64
1.	Analisis Deskriptif.....	65
2.	Uji T (T-test)	65
3.	Uji F (F-test).....	66
4.	Koefisien Determinasi (R ²).....	66
5.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
BAB II	69
A.	Profil.....	69
1.	Bangtan Sonyendan (BTS).....	69
2.	Lotte Xylitol Gum	79
BAB III	85
A.	Hasil Penelitian.....	85
1.	Karakteristik Responden	85
2.	Uji Validitas dan Reabilitas	88
3.	Uji Asumsi Klasik	92
B.	Tehnik Analisis Data.....	95

1.	Analisis Deskriptif.....	95
2.	Uji T.....	99
3.	Uji F.....	100
4.	Koefisien Determinasi (R ²)	101
5.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	102
C.	Pembahasan	104
1.	Pengaruh Brand Ambassador Bangtan Sonyeondan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lotte Xylitol Gum.....	104
2.	Pengaruh Instagram Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lotte Xylitol Gum.....	107
3.	Pengaruh Brand Ambassador Bangtan Sonyeondan dan Instagram Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lotte Xylitol Gum.....	110
D.	Keterbatasan Penelitian	115
BAB IV.....		116
A.	Kesimpulan.....	116
B.	Saran	116
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN		121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gula Xylitol	9
Gambar 1. 2 BTS x Xylitol.....	10
Gambar 1. 3 Xylitol x BTS.....	11
Gambar 1. 4 Most Used Social Media Platforms	12
Gambar 2. 1 BTS.....	54
Gambar 2. 2 Logo BTS & ARMY.....	56
Gambar 3. 2 Diagram Lingkaran Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Gambar 3. 3 Diagram Domisili Responden	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 1. 2 Definisi Operasional	38
Tabel 1. 3 Kerangka Pemikiran	39
Tabel 1. 4 Skala Likert.....	46
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Pemilihan Brand Ambassador BTS	73
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Instrumen Instagram Marketing Lotte Xylitol (X2).....	74
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y).....	75
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 3. 7 Hasil Uji Linieritas	78
Tabel 3. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79
Tabel 3. 9 Analisis Deskriptif Variabel Pemilihan Brand Ambassador BTS.....	80
Tabel 3. 10 Analisis Deskriptif Variabel instagram marketing Lotte Xylitol	81
Tabel 3. 11 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	82
Tabel 3. 12 Hasil Uji T	84
Tabel 3. 13 Hasil Uji F	85
Tabel 3. 14 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	86
Tabel 3. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	86

ABSTRACT

Xylitol is a sweetener widely used in the food, cosmetic, and pharmaceutical industries. It is found in small amounts in various types of fruits. Since 2008, this industry has been continuously growing due to the increase in population and the growing awareness of maintaining oral health. BTS is the most expensive boy band in South Korea with the largest fan base worldwide. This study aims to examine the influence of brand ambassadors and Instagram marketing on purchasing decisions for xylitol gum products.

The research employs a quantitative explanatory method, using a survey in the form of a questionnaire and multiple linear regression analysis to determine the impact of brand ambassadors and Instagram marketing on purchasing decisions for Lotte Xylitol products, using the SPSS program for Windows. The population and sample for this study are Instagram followers of Lotte Xylitol, with a sample size of 100 individuals selected through purposive sampling.

The research concludes that (1) the Bangtan Sonyeondan brand ambassador does not have a positive influence on the purchasing decision of Lotte Xylitol products, thus rejecting hypothesis one. (2) Instagram marketing conducted by Lotte Xylitol has a positive influence on the purchasing decision of Lotte Xylitol products, confirming hypothesis two. (3) The variables of the Bangtan Sonyeondan brand ambassador and Instagram marketing together have a positive influence on the purchasing decision of Lotte Xylitol products, confirming hypothesis three.

Keywords: Brand Ambassador, Instagram Marketing, purchasing decision, Lotte Xylitol, Bangtan Sonyeondan (BTS).

INTISARI

Xylitol adalah pemanis yang banyak digunakan dalam industri makanan, kosmetik serta farmasi. Xylitol ditemukan dalam sebagian kecil dalam segala jenis buah-buahan. Sejak 2008 industri ini terus meningkat yang disebabkan kenaikan jumlah penduduk serta meningkatnya kesadaran masyarakat untuk menjaga kesehatan gigi dan mulut. BTS merupakan boyband termahal di Korea Selatan dengan jumlah penggemar terbanyak di seluruh dunia. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *brand ambassador* dan *instagram marketing* dalam keputusan pembelian produk xylitol gum.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif, dengan metode survei berupa kuesioner, serta hipotesis analisis linier berganda, yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand ambassador* dan *instagram marketing* terhadap keputusan pembelian produk lotte xylitol menggunakan program SPSS *for windows*. Populasi dan sampel pada penelitian ini yaitu *followers* instagram lotte xylitol dengan jumlah 100 orang sampel yang dipilih dengan metode purposive sampling.

Simpulan penelitian ini adalah, yaitu (1) *brand ambassador* Bangtan Sonyeondan tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Lotte Xylitol*. Maka, dengan ini dinyatakan bahwa hipotesis satu ditolak. (2) *instagram marketing* yang dilakukan Lotte Xylitol di Instagram memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Lotte Xylitol. Maka, dengan ini dinyatakan bahwa hipotesis dua diterima. (3) Variabel *brand ambassador* Bangtan Sonyeondan dan *instagram marketing* secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Lotte Xylitol. Maka, dengan ini dinyatakan bahwa hipotesis tiga diterima.

Kata Kunci : *Brand Ambassador, Instagram Marketing, Keputusan pembelian, Lotte Xylitol, BTS (Bangtan Sonyeondan)*.