

**PENGARUH EVENT PROMOTION BTS GOJEK TERHADAP
IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR ARMY INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

BRYAN

00000032040

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

**PENGARUH EVENT PROMOTION BTS GOJEK TERHADAP
IMPULSIVE BUYING BEHAVIOUR ARMY INDONESIA**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

BRYAN

0000032040

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : BRYAN

Nomor Induk Mahasiswa : 00000032040

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Event Promotion BTS GOJEK terhadap Impulsive Buying Behaviour ARMY Indonesia

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 26 Juni 2023

*materai Rp 10.000,00



(BRYAN)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**Pengaruh Event Promotion BTS GOJEK
terhadap Impulsive Buying Behaviour ARMY Indonesia**

Oleh

Nama : BRYAN
NIM : 00000032040
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 26 Juni
Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si.
NIDN 0327066402

Penguji



Eko Hadi Saputro, S.E., M.M.
NIDN 0303056102

Pembimbing



Silvanus Alvin S.I.Kom., M.A.
NIDN 0309109001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : BRYAN
NIM : 00000032040
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

Pengaruh Event Promotion GOJEK BTS terhadap Impulsive Buying Behaviour ARMY Indonesia

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 18 Juli 2023

Yang menyatakan,



(BRYAN)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya karya ilmiah ini dengan judul: **“Pengaruh Event Promotion Gojek Bts Terhadap Impulsive Buying Behavior Army Indonesia”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun , M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Silvanus Alvin S.I.Kom., M.A, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Mama, Brandon selaku keluarga saya yang senantiasa selalu mendukung saya selama dimulainya proses pencarian judul sampai penyelesaian skripsi ini sampai pembuatan laporan magang.
6. Mellysa Elizabeth selaku teman baik saya yang senantiasa membantu support doa dalam penyusunan skripsi ini.
7. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan kesehatan dan kekuatan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Jessica Vanessa selaku teman baik saya yang mau membimbing saya dalam proses pengerjaan skripsi ini
9. Catalina selaku teman baik saya yang membantu saya dalam praktek menuju sidang skripsi ini.

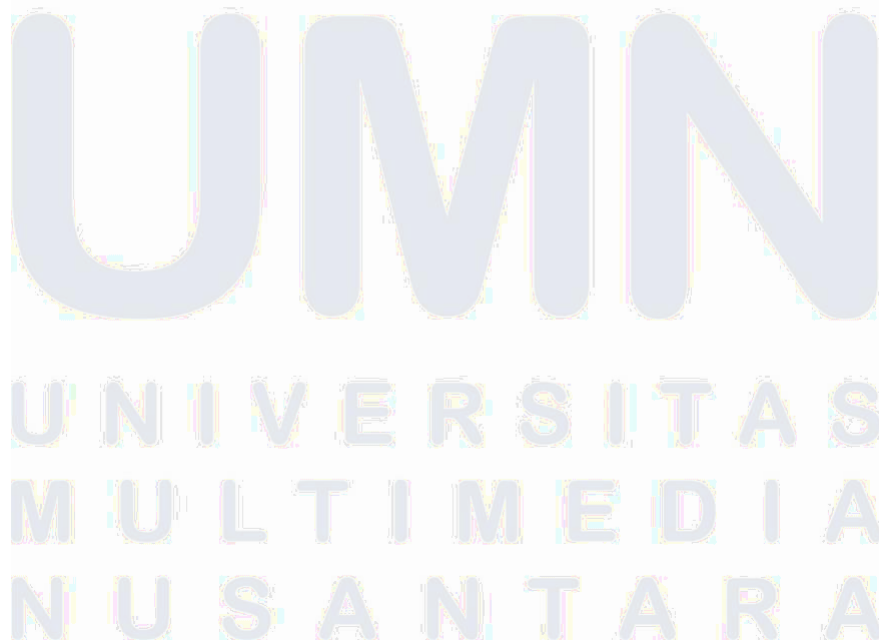
10. Kevin Wijaya Hartono selaku teman baik saya yang membantu saya dengan memberikan saya banyak bantuan dalam memilih buku yang dianut dalam penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 12 Juni 2023



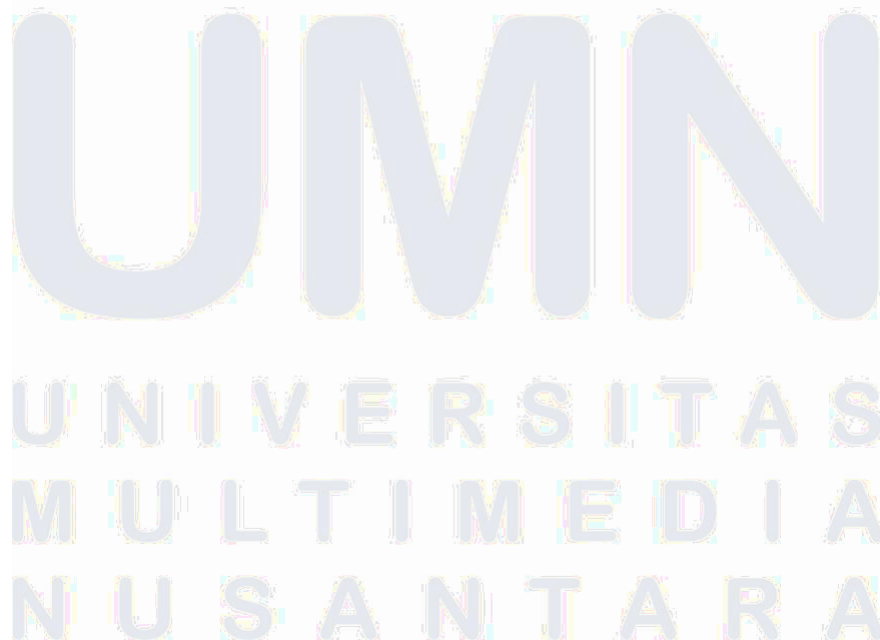
BRYAN



ABSTRAK

Gojek merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang logistik yang didukung oleh aksesibilitasnya yaitu dengan fasilitas pemesanan menggunakan aplikasi yang praktis digunakan. Melalui aplikasinya, masyarakat dapat memesan transportasi, layanan pemesanan makanan, layanan pengantaran barang di kota yang sama, bahkan berbagai fitur pembayaran tagihan melalui fitur e-money berbentuk gopay. Berdasarkan data, ditemukan bahwa *event* promosi melalui kolaborasi dengan BTS, mampu berpengaruh terhadap *impulsive buying behavior* masyarakat. Dengan kolaborasi bersama BTS, promosi yang dilakukan Gojek mampu meningkatkan *brand image* Gojek terutama pada fans BTS yang kemudian menyebabkan peningkatan transaksi di platform Gojek. Hal ini terjadi karena kombinasi dari kolaborasi bersama BTS beserta bentuk promosi berupa diskon dan *cashback* yang menarik perhatian masyarakat sehingga menyebabkan adanya *impulsive buying* oleh masyarakat. Selain itu Gojek juga membagikan barang edisi terbatas hasil kolaborasi dengan BTS yang mampu menarik perhatian ARMY atau fans BTS.

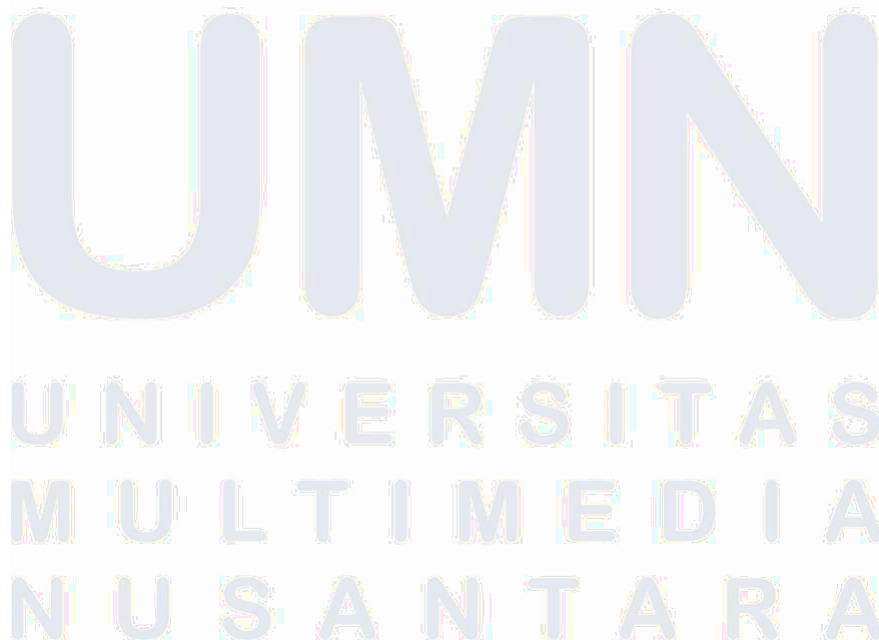
Kata kunci: Event Promosi, Perilaku Konsumtif, *Impulsive Buying Behavior*



ABSTRACT

Gojek is a company engaged in the logistics sector which is supported by its accessibility, namely by ordering facilities using applications that are practical to use. Through the application, people can order transportation, food ordering services, goods delivery services in the same city, and even various bill payment features through the e-money feature in the form of gopay. Based on the data, it was found that Gojek's promotional event in collaboration with BTS was able to influence people's impulsive buying behavior. With Gojek's collaboration with BTS, this is able to increase Gojek's brand image especially to BTS's fans which then causes an increase in transaction on Gojek's platform. Selection of brand ambassadors can be a brand image that is easily remembered by the public. This is due to the combination of the collaboration between Gojek and BTS and also the forms of promotion such as discount and cashback. More so, Gojek also give away limited edition merch from the collaboration with BTS that influence ARMY or BTS's fans transaction to increase their chance on getting the merch.

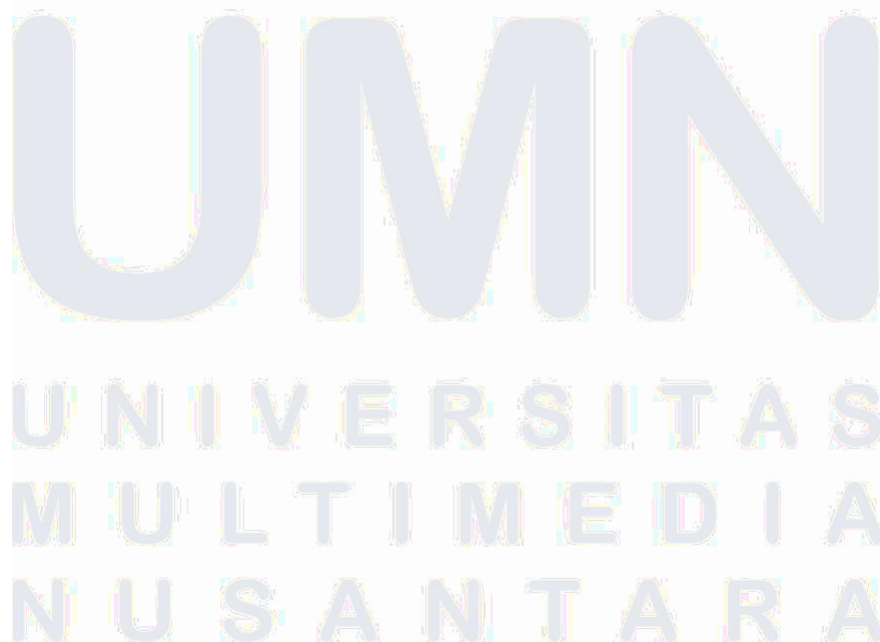
Keywords: *Event Promotion , Perilaku Konsumtif, Impulsive Buying Behavior*



DAFTAR ISI

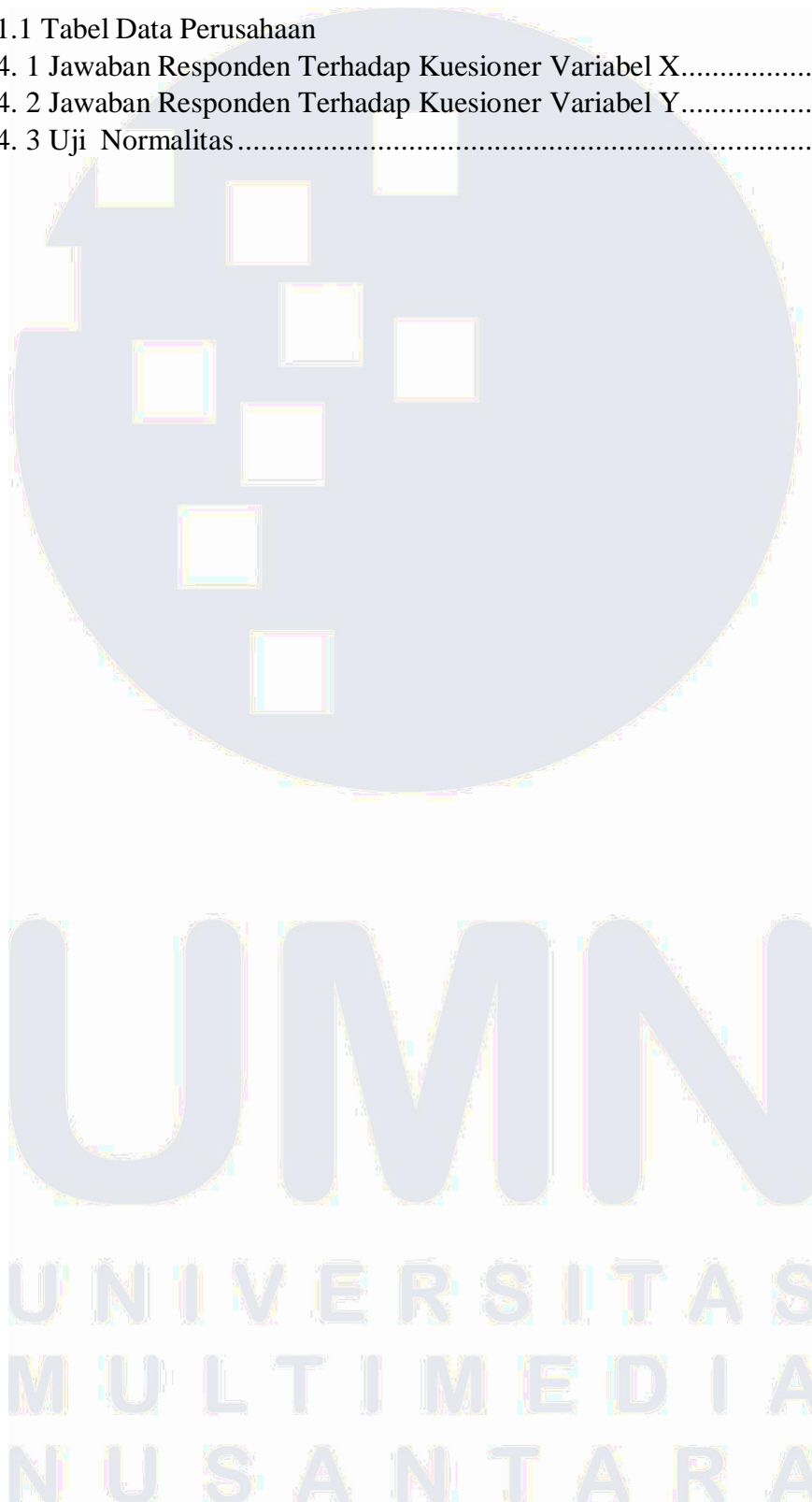
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT</i>	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Akademis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Teori	12
2.3 Hipotesis Teoritis	17
2.4 Alur Penelitian	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	19
3.2 Metode Penelitian (Survei, Eksperimen, Analisis Isi)	19
3.3 Populasi dan Sampel	20
3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep	21
3.4.1 Variabel X	21

3.4.2.	Variabel Y	22
3.5	Teknik Pengumpulan Data	24
3.6	Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas)	25
3.7	Teknik Analisis Data	28
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1	Subjek/Objek Penelitian	30
4.2	Hasil Penelitian	30
4.2.2	Variabel X (<i>Sales Promotion</i>)	32
4.2.3	Variabel Y (<i>Impulsive Buying Behavior</i>)	33
4.2.4	Analisis data	34
4.3	Pembahasan	36
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	40
5.1	Simpulan	40
5.2	Saran	40
5.2.1	Saran Akademis	40
5.2.2	Saran Praktis	40
LAMPIRAN		43



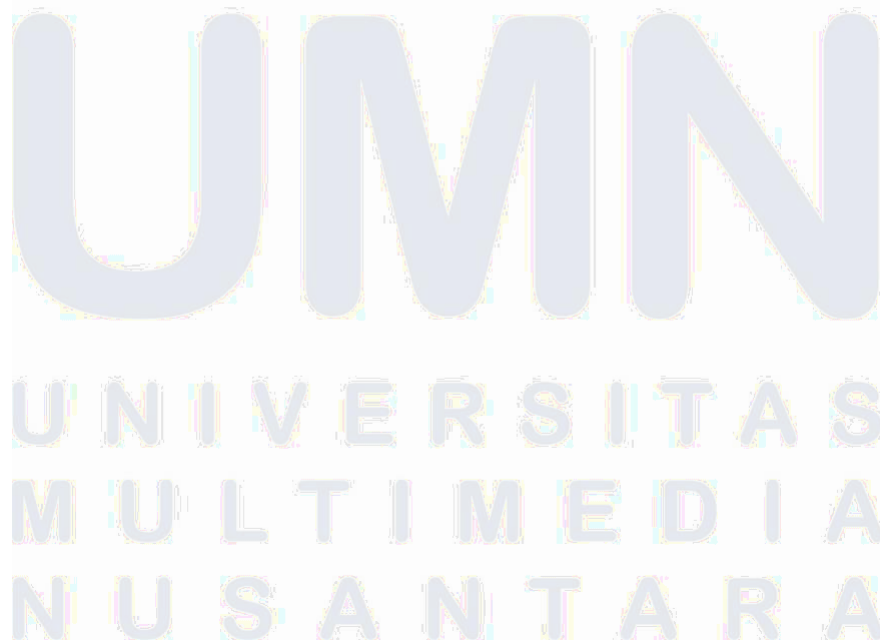
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Data Perusahaan	
Tabel 4. 1 Jawaban Responden Terhadap Kuesioner Variabel X.....	42
Tabel 4. 2 Jawaban Responden Terhadap Kuesioner Variabel Y.....	34
Tabel 4. 3 Uji Normalitas	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Negara Penghasil Video K-Pop di TikTok.....	3
Gambar 1. 2 Foto personil Grup BTS.....	4
Gambar 1. 3 Iklan Aplikasi Gojek.....	6
Gambar 1. 4 Gambar promosi GOJEK Bersama BTS.....	7
Gambar 4. 1 Gambar merchandise GOJEK Bersama BTS.....	30
Gambar 4. 2 Olahan peneliti (2022)	31
Gambar 4. 3 Olahan peneliti (2022)	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi	46
Lampiran 2 Kuisisioner Google Form	47
Lampiran 3 Curriculum Vitae Peneliti.....	56
Lampiran 4 Hasil cek Turnitin.....	57
Lampiran 5 Hasil SPSS	58
Lampiran 6 Hasil Sebar Kuisisioner Google Form.....	60

