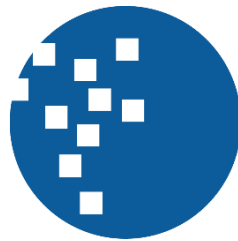


**PENGARUH BOYBAND KOREA STRAY KIDS SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI PRODUK
ULTRA MILK**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

SALSABILA AMANIA

00000028282

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

2025

**PENGARUH BOYBAND KOREA STRAY KIDS SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI PRODUK
ULTRA MILK**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

SALSABILA AMANIA

0000028282

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Salsabila Amania
NIM : 00000028282
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH *BOYBAND* KOREA STRAY KIDS SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI PRODUK
ULTRA MILK**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 16 Desember 2024



(Salsabila Amania)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
Pengaruh *Boyband* Korea Stray Kids Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Minat
Beli Produk Ultra Milk

Oleh

Nama : Salsabila Amania
NIM : 00000028282
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 6 Januari 2025

Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.
NIDN: 0306027102

Penguji



Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN: 0309027705

Pembimbing



Riatun, S.Sos., M.Ikom.
NIDN: 0302077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.01.29
15:09:49 +0700

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Salsabila Amania
NIM : 00000028282
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Boyband Korea Stray Kids
Sebagai Brand Ambassador Terhadap Minat
Beli Produk Ultra Milk

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 16 Desember 2024



(Salsabila Amania)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang karena tanpa anugerah dan karunia-Nya penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Boyband* Korea Stray Kids Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Produk Ultra Milk” tepat waktu. Karya ilmiah ini diajukan sebagai syarat untuk meraih gelar Strata 1 Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dan berperan di balik layar dalam pengerjaan skripsi ini :

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Bangun Anugrah, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Riatun, S.Sos., M.Ikom, sebagai Dosen Pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga dan teman-teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Para responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian demi kelancaran penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi bagi mahasiswa/i maupun orang yang akan menggunakannya sebagai sumber referensi maupun informasi.

Tangerang, 16 Desember 2024



(Salsabila Amania)

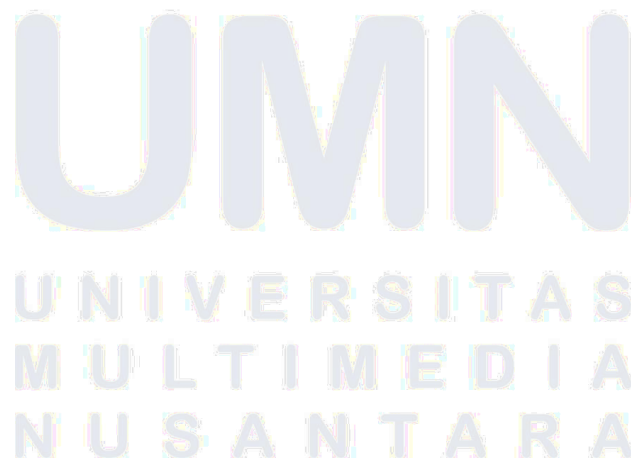
**PENGARUH *BOYBAND* KOREA STRAY KIDS SEBAGAI
BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI PRODUK
ULTRA MILK**

(Salsabila Amania)

ABSTRAK

Perusahaan menggunakan berbagai strategi pemasaran yang bertujuan kepada peningkatan kepada produk yang ditawarkan dengan memanfaatkan *brand ambassador*. Fenomena *Korean Wave* yang tengah populer di Indonesia dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan untuk menarik perhatian konsumen, salah satunya yaitu Ultra Milk yang menggunakan *boyband* Stray Kids sebagai *brand ambassador* untuk produknya. Metode kuantitatif digunakan pada proses pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner. Secara keseluruhan, disimpulkan pemilihan *boyband* Stray Kids sebagai *brand ambassador* memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap produk Ultra Milk.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *Korean Wave*, Minat Beli



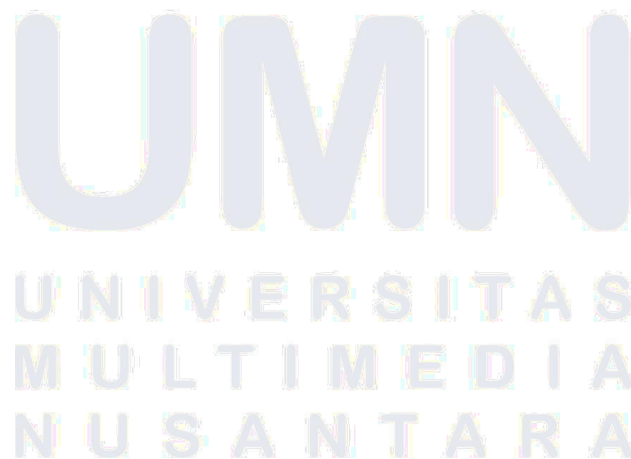
***THE INFLUENCE OF KOREAN BOYBAND STRAY KIDS AS
BRAND AMBASSADOR ON INTEREST IN BUYING ULTRA
MILK PRODUCTS***

(Salsabila Amania)

ABSTRACT (English)

Companies use various marketing strategies with the aim of increasing purchasing interest in their products, one of which is by using brand ambassadors. The Korean Wave phenomenon which is currently rising in Indonesia is being used by several companies to increase consumer buying interest in their products, one of which is Ultra Milk which uses the boyband Stray Kids as brand ambassadors for their products. This study uses quantitative research methods by collecting data using questionnaires. Overall, the results of this study are that there is an influence from the selection of the boy band Stray Kids as brand ambassadors on interest in purchasing Ultra Milk products.

Keywords: *Brand Ambassador, Korean Wave, Buying Interest*



DAFTAR ISI

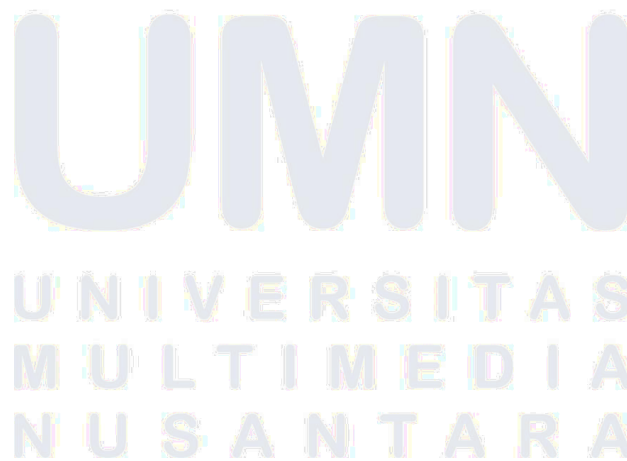
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English)	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Akademis	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori dan Konsep.....	11
2.2.1 <i>Brand Ambassador</i>	11
2.2.2 Perilaku Konsumen	14
2.2.3 Proses Keputusan Konsumen.....	19
2.2.4 Minat Beli.....	28
2.3 Hipotesis Teoritis.....	29
2.4 Kerangka Teoritis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	31

3.2	Metode Penelitian	31
3.3	Populasi dan Sampel.....	32
3.4	Operasionalisasi Variabel/Konsep	34
3.5	Teknik Pengumpulan Data	35
3.6	Teknik Pengukuran Data	36
3.7	Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Subjek/Objek Penelitian	41
4.2	Hasil Penelitian	43
4.2.1	Karakteristik Responden	43
4.2.2	Brand Ambassador	44
4.2.3	Minat Beli.....	56
4.2.4	Uji Normalitas	68
4.2.5	Analisis Korelasi	69
4.2.6	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	71
4.3	Pembahasan	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	77
5.2.1	Saran Akademis	77
5.2.2	Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		82

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2 Hipotesis Teoritis	30
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Ambassador</i>	34
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Minat Beli	35
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian Skala Likert.....	36
Tabel 3.4 Indikator Tingkat Hubungan	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4.2 Usia Responden.....	43
Tabel 4.3 Indikator <i>Visibility</i>	44
Tabel 4.4 Indikator <i>Credibility</i>	49
Tabel 4.5 Indikator <i>Attraction</i>	51
Tabel 4.6 Indikator <i>Power</i>	53
Tabel 4.7 Indikator Minat Transaksional	56
Tabel 4.8 Indikator Minat Referensial	59
Tabel 4.9 Indikator Minat Preferensial.....	63
Tabel 4.10 Minat Eksploratif.....	67
Tabel 4.11 Indikator Tingkat Hubungan	70



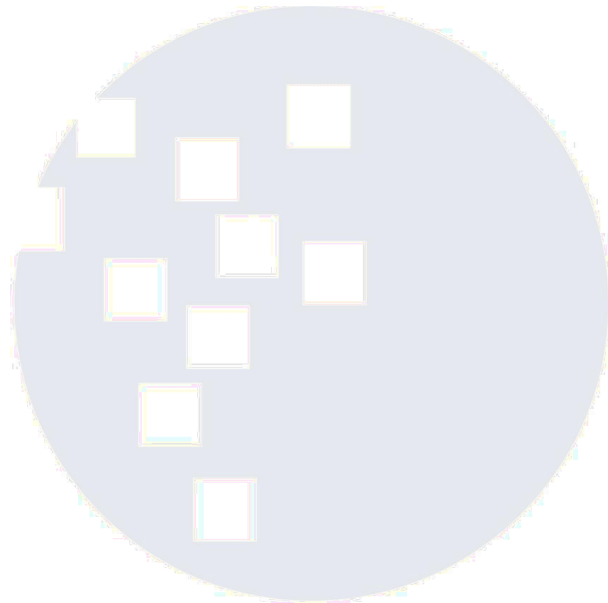
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Produksi Susu Nasional Tahun 2021-2023 Menurut Badan Pusat Statistik.....	1
Gambar 1.2 Top 7 Brand Susu UHT.....	2
Gambar 1.3 Ultra Milk X Stray Kids Photocard.....	5
Gambar 1.4 Ultra Milk X Stray Kids Photocard New Edition.....	5
Gambar 1.5 Data Penjualan Ultra Milk.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis.....	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	69
Gambar 4.2 Hasil Analisis Korelasi.....	70
Gambar 4.3 Hasil Regresi Sederhana.....	71
Gambar 4.4 Hasil Uji Anova.....	72
Gambar 4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 2 Hasil Penelitian	96
Lampiran 3 Bukti <i>Followers</i> Stray Kids	121
Lampiran 4 Hasil Turnitin	124



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA