

ABSTRAKSI

Nama	:	Fifi Nurafifah Putri
NIM	:	16715010003
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	:	Hubungan Masyarakat
Jumlah Halaman	:	xiii+93 halaman, 5 halaman lampiran
Jumlah Literatur	:	55 sumber buku, jurnal dan internet
Judul	:	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> BTS Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Eksplanatif Pada Warga Keparakan Kidul RW13 Mergongsan Yogyakarta)

Dengan melihat bagaimana seseorang mampu memberikan pengaruh terhadap orang lain, maka salah satu perusahaan e-commerce di Indonesia yaitu Tokopedia memilih salah satu grup idola asal Korea Seatan yaitu BTS sebagai brand ambassador. Perusahaan e-commerce Tokopedia menunjuk BTS menjadi brand ambassador untuk Tokopedia Indonesia. Bagi perusahaan, penggunaan brand ambassador bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar membeli produk. Diharapkan dengan adanya pengaruh brand ambassador tersebut, keberadaan brand ambassador dapat meningkatkan pembelian konsumen. Berdasarkan penjelasan mengenai penelitian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan pengaruh BTS sebagai brand ambassador dalam menciptakan keputusan pembelian di Tokopedia pada warga Keparakan Kidul RW13 Mergongsan Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung variabel brand ambassador sebesar 0,816 sedangkan nilai signifikansi dari peronal branding yang diperoleh sebesar 0,274 yang artinya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa brand ambassador dan personal keputusan pembelian responden menggunakan Tokopedia. Sikap yang ditunjukkan oleh responden pada penelitian ini cenderung negatif kepada BTS selaku brand ambassador Tokopedia. Hal ini akan menimbulkan kecenderungan pada norma subjektif yang ditunjukkan oleh responden. Sikap dianggap sebagai evaluasi positif atau negatif individu terhadap perilaku.

Kata Kunci : *Brand Ambassador, Keputusan Pembelian, BTS*