

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR GROUP SEVENTEEN* TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN DI *E-COMMERCE LAZADA***

(Studi Pada Masyarakat Kota Banjarmasin Usia 18-35 Tahun).

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Mela Azani Mahmuda R.

1710414320023

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BANJARMASIN
TAHUN 2023**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Brigjend H.Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR GROUP SEVENTEEN* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI *E-COMMERCE LAZADA*
(Studi Pada Masyarakat Kota Banjarmasin Usia 18-35 Tahun)

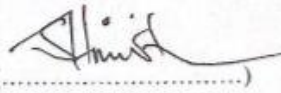
A. Nama Mahasiswa : Mela Azani Mahmuda R.
NIM : 1710414320023

B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 80,23 (A) dalam ujian mempertahankan skripsi
Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 9 November 2023.

C. Tim Penguji:

a. Ketua

Dr. Siswanto, S.Sos., M.Si
NIP. 197610052008121002


(.....)

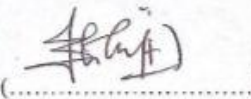
b. Sekretaris

Achmad Bayu Chandrabuwono S.I.Kom., M.A
NIP. 19900108201707104001

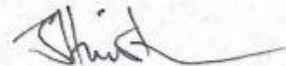

(.....)

c. Anggota

Dr. Yuanita Setyastuti, S.I.P., M.Si.
NIP. 198208212006042002

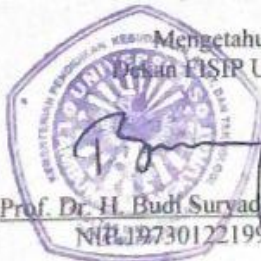

(.....)

Banjarmasin, 20 Februari 2024
Ketua Tim Penguji


Dr. Siswanto, S.Sos., M.Si
NIP. 197610052008121002

Mengetahui
Dekan FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221998021001



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan doktor) baik di Universitas Lambung Mangkurat maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing dan masukan dari tim penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Banjarmasin, 15 Maret 2024

Yang membuat pernyataan,



Mela Azani Mahmuda R.

NIM. 1710414320023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 6572/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Dr.Siswanto.,M.Si
2. Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A
3. Dr. Yuanita Setyastuti,M.Si

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Mela Azani Mahmuda R
NIM : 1710414320023
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Group Seventeen Terhadap
Minat Beli Konsumen di E-Commerce Lazada (Studi Pada
Masyarakat Kota Banjarmasin Usia 18-35 Tahun)

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 9 November 2023
J a m : 09.30 WITA - Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 6 November 2023
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan

1. UU/ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah diandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSN.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis Sembilan November Dua Ribu Dua Puluh Tiga, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 6572/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 6 November 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Mela Azani Mahmuda R
NIM : 1710414320023
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Group Seventeen Terhadap Minat Beli Konsumen di E-Commerce Lazada (Studi Pada Masyarakat Kota Banjarmasin Usia 18-35 Tahun)
Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 09.30 s/d selesai
Nilai : 80,73 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 9 November 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Mela Azani Mahmuda R

1. Ketua : Dr. Siswanto., M.Si
2. Sekretaris : Achmad Bayu C., S.Ikom., M.A
3. Anggota : Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,


Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Mela Azani Mahmuda R
NIM : 1710414320023
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Group Seventeen Terhadap Minat Beli Konsumen di E-Commerce Lazada (Studi Pada Masyarakat Kota Banjarmasin Usia 18-35 Tahun)

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr.Siswanto.,M.Si	81	
2.	Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A	80	
3.	Dr. Yuanita Setyastuti,M.Si	80	
Jumlah			
Nilai Rata-rata		80,75	Nilai Akhir = 80,23 (A)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 9 November 2023

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas karunia rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador Group Seventeen* Terhadap Minat Beli Konsumen di *E-Commerce* Lazada (Studi Pada Masyarakat Kota Banjarmasin Usia 18-35 Tahun)”. Dalam proses penulisan ini, peneliti mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.I.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan selaku dosen penguji skripsi.
4. Bapak Dr. Siswanto, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi pertama yang telah memberikan banyak arahan, masukan, dan pembelajaran yang sangat berarti dalam penelitian ini.
5. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing kedua dan pembimbing akademik yang juga telah memberikan arahan dan masukan dalam penelitian ini.
6. Dosen-dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terutama dosen dari Progam Studi Ilmu Komunikasi atas ilmu serta didikan yang sangat bermanfaat yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Staf Program Studi Ilmu Komunikasi atas segala bantuan, pelayanan serta kemudahan dalam birokrasi.
8. Tia yang selalu mendukung dan meluangkan banyak waktunya untuk membantu saya selama melakukan penelitian ini.
9. Puput, rah, ujah, dapa, dan asha yang juga teman-teman terdekat saya yang banyak membantu dan memotivasi saya.

10. Orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Seluruh sahabat dan teman-teman saya yang tidak bisa disebutkan satu-satu.

Peneliti sadar bahwa penulisan ini bukan karya yang luar biasa. Namun, melalui penulisan ini peneliti berharap agar dalam proses penyusunan hingga hasil yang dicapai dapat dijadikan sebagai pembelajaran bagi peneliti sendiri, maupun bagi pembaca. Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat diterima dan memberikan manfaat positif bagi semua pihak

Banjarmasin, September 2023

Mela Azani Mahmuda R.

ABSTRACT

Mela Azani Mahmuda R. (2023), *The Influence of Seventeen as a Brand Ambassador has on Consumer Purchase Interest in Lazada E-Commerce Platform (Study of Banjarmasin Citizens With the Age Range of 18-35 Years Old.)*. Advised by Siswanto and Achmad Bayu Chandrabuwono.

Brand ambassadors are individuals who will represent a brand and are usually based on imaging through famous celebrities who aim to promote a product in order to increase public buying interest. This study aims to see how much influence Group Seventeen's Brand Ambassador has on consumer buying interest in Lazada E-Commerce.

This research uses a quantitative approach with an explanatory type. The population in this study were people in Banjarmasin City with an age range of 18-35 years, sampling of 348 samples was carried out using quota sampling. The data in this study were collected using a questionnaire through google form and analyzed using simple linear regression analysis.

The findings of this study show that based on the hypothesis test that has been carried out, Brand Ambassador (X) has a significant effect on Purchase Intention (Y), this is because the t count of 19.747 is greater than the t table of 1.967 with a significance value of $0.000 < 0.05$ as the predetermined threshold (α), which means that H_0 is rejected while H_1 is accepted. In addition, it can also be seen that through the determination test the Brand Ambassador variable (X) has an influence on buying interest (Y) worth 0.530 or with a percentage of 53.0%.

Keywords: Brand Ambassador, Purchase Interest, Lazada

ABSTRAKSI

Mela Azani Mahmuda R. (2023), Pengaruh *Brand Ambassador Group Seventeen* Terhadap Minat Beli Konsumen di *E-Commerce* Lazada (Studi Pada Masyarakat Kota Banjarmasin Usia 18-35 Tahun). Dibimbing oleh Siswanto dan Achmad Bayu Chandrabuwono.

Brand ambassador ialah individu yang akan mewakili suatu merek dan biasanya didasari pencitraan melalui selebritas terkenal yang bertujuan mempromosikan suatu produk agar dapat meningkatkan minat beli masyarakat. Penelitian ini bermaksud melihat seberapa besar Pengaruh *Brand Ambassador Group Seventeen* Terhadap Minat Beli Konsumen di *E-Commerce* Lazada.

Penelitian ini mempergunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe eksplanatif. Adapun populasi di penelitian ini ialah masyarakat Kota Banjarmasin dengan rentang usia 18-35 tahun, pengambilan sampel sebanyak 348 sampel dijalankan dengan menggunakan quota sampling. Data di penelitian ini dikumpulkan dengan mempergunakan kuesioner melalui *google form* serta dianalisis dengan mempergunakan analisis regresi linear sederhana.

Temuan dari penelitian ini memperlihatkan bahwasanya berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, *Brand Ambassador* (X) memberi pengaruh signifikan pada Minat Beli (Y), itu dikarenakan t hitung sejumlah 19,747 lebih besar dari t tabel sejumlah 1,967 dengan nilai signifikansi sejumlah $0,000 < 0,05$ sebagai ambang batas yang telah ditetapkan (α), yang artinya H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima. Selain itu dapat diketahui juga bahwa melalui uji determinasi variabel *Brand Ambassador* (X) memiliki besaran pengaruh terhadap minat beli (Y) senilai 0,530 atau dengan persentase sebanyak 53,0%.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Minat Beli, Lazada

DAFTAR ISI

COVER	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRACT	iii
ABSTRAKSI	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Sejenis.....	12
2.2 Tinjauan Konseptual.....	17
2.2.1 Komunikasi.....	17
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	19
2.2.3 Iklan	20
2.2.4 Brand Ambassador.....	21
2.2.5 E-Commerce	24
2.2.6 Minat Beli	25
2.3 Tinjauan Teori	27
2.3.1 Hyphodermic Needle Theory (Grand Theory)	27
2.3.2 Teori S-O-R (<i>Middle Theory</i>).....	30
2.3.3 Applied Theory	31
2.4 Kerangka Pemikiran	34
2.5 Hipotesis Penelitian	35
BAB III Metode Penelitian	37
3.1 Pendekatan Penelitian.....	37

3.2 Tipe Penelitian.....	38
3.3 Objek Penelitian	38
3.4 Populasi dan Sampel.....	39
3.4.1 Populasi	39
3.4.2 Sampel	40
3.5 Jenis dan Sumber Data	43
3.5.1 Jenis Data.....	43
3.5.2 Sumber Data	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data	44
3.7 Definisi Operasional.....	46
3.8 Uji Validitas dan Reabilitas.....	48
3.8.1 Uji Validitas.....	48
3.8.2 Uji Reabilitas	51
3.9 Teknik Analisis Data	53
3.10 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum	55
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Karakteristik Responden.....	56
4.2.2 Uji Deskriptif Frekuensi	59
4.3 Deskriptif Variabel	74
4.3.1 Brand Ambassador (X)	74
4.3.2 Minat Beli (Y).....	74
4.4 Hasil Pengujian.....	75
4.4.1 Analisis Regresi Sederhana	75
4.4.2 Analisis Determinasi.....	76
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	77
4.5 Pembahasan	78
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85

5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

- Tabel 2.1** Matriks Penelitian Sejenis
- Tabel 3.1** Tabel Skala Penilaian
- Tabel 3.2** Rentang Skala Penilaian
- Tabel 3.3** Definisi Operasional Variabel *Brand Ambassador*
- Tabel 3.4** Definisi Operasional Variabel Minat Beli
- Tabel 3.5** Hasil Uji Validitas Butir Pernyataan *Brand Ambassador* dan Minat Membeli
- Tabel 3.6** Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian
- Tabel 4.1** Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.2** Karakteristik Responden Berdasarkan Umur
- Tabel 4.3** Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
- Tabel 4.4** Distribusi Frekuensi Variabel *Brand Ambassador* Indikator *Visibility* (Kepopuleran)
- Tabel 4.5** Distribusi Frekuensi Variabel *Brand Ambassador* Indikator *Credibility* (Kredibilitas)
- Tabel 4.6** Distribusi Frekuensi Variabel *Brand Ambassador* Indikator *Attraction* (Daya Tarik)
- Tabel 4.7** Distribusi Frekuensi Variabel *Brand Ambassador* Indikator *power* (Kekuatan)
- Tabel 4.8** Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli Indikator Minat Eksploratif
- Tabel 4.9** Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli Indikator Minat Transaksional
- Tabel 4.10** Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli Indikator Minat Preferensial
- Tabel 4.11** Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli Indikator Minat Referensial
- Tabel 4.12** Distribusi Frekuensi *Brand Ambassador*
- Tabel 4.13** Distribusi Frekuensi Minat Membeli
- Tabel 4.14** Hasil Analisis Regresi Sederhana
- Tabel 4.15** Hasil Analisis Determinasi
- Tabel 4.16** Hasil Uji Pengaruh *brand Ambassador* (X) terhadap Minat Membeli dengan Uji t

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kuartal IV *E-Commerce* 2018

Gambar 1.2 Kuartal IV *E-Commerce* 2019

Gambar 1.3 Kuartal IV *E-Commerce* 2020

Gambar 1.4 Kuartal III *E-Commerce* 2021

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Gambar 3.1 Tabel Jumlah Penduduk Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020

Gambar 3.2 Tabel Isaac dan Michael

Gambar 3.3 Skema Teknik Sampling

Gambar 3.4 Rumus Metode *Product Moment*

Gambar 3.5 Rumus *Alfa Cronbach*

Gambar 3.6 Model Analisis Regresi Linear Sederhana

Gambar 4.1 Aplikasi *E-Commerce* Lazada

Gambar 4.2 Survei Katadata *Insight Centre*

