

**PENGARUH *BRAND AMBASADOR* LEGO BTS TERHADAP
MINAT BELI *CUSTOMER* DI MALL KOTA KASABLANKA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Ilham Putra Ramadhan

200900055

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2024

*The Influence of the Lego BTS Brand ambassador on Customer
Buying Interest At the Kota Kasablanka Mall*

THESIS

*Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor's
Degree in
Communication Studies*



Disusun oleh :

Ilham Putra Ramadhan

200900055

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA
2024**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan 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 di kemudian 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 ini.

Jakarta, 24 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



(Ilham Putra Ramadhan)

200900055

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Ilham Putra Ramadhan
NIM : 200900055
JUDUL : Pengaruh *Brand ambassador* Lego BTS Terhadap
Minat Beli *Customer* di Mall Kota Kasablanka
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : *Public Relation*

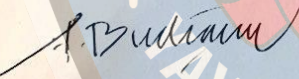
Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang Sidang skripsi.

Jakarta, 24 Juli 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I




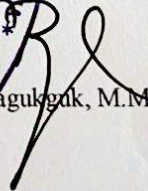
(Agus Budiana, M.Ikom)



(Helen Olivia, M.Ikom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM


(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom)
(Drs. Soften Rajagukguk, M.M)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Ilham Putra Ramadhan
NIM : 200900055
JUDUL : Pengaruh Brand Ambasaor Lego Bts terhadap Minat Beli
Customer di Mall Kota Kasablanka
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Public Relation

Jakarta, 24 Juli 2024

Menyetujui,

Ketua Penguji Helen Olivia, M.Ikom (.....)

Penguji 1 Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom (.....)

Penguji 2 Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono. M.Ikom)

Denas FISIP
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAK. ISIP
(Drs. Silreh Rajagukguk, MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-nya. Sholawat serta salam tidak lupa tercurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan Strata-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Satya Negara Indonesia. Dengan ini judul dari skripsi penulis ialah “Pengaruh *Brand ambassador* Lego BTS Terhadap Minat Beli *Customer* di Mall Kota Kasablanka”.

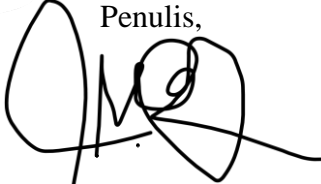
Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu, kesempatan saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sihar P.H Sitorus B.S.B.A., M.B.A selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia (USNI).
2. Drs. Solten Rajagukguk, M.M selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia (FISIP USNI).
3. Dr. Achmad Budiman Sudarsono, S.Sos., M.Ikom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Helen Olivia, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih telah memberikan bimbingan, saran, dan masukan.

5. Agus Budiana, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing, terima kasih telah memberikan bimbingan, saran, dan masukan.
6. Semua Dosen FISIP yang telah mengajar selama perkuliahan berlangsung yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan selama ini.
8. Fachri Farhan, Thomas Christian selaku Store Leader Lego Kota Kasablanka yang telah mengizinkan berlangsungnya penelitian ini.
9. Imam, Aden, Satria yang telah membantu dan mendukung penulis selama proses pengerjaan.

Penulis menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya, Namun penulis sadar skripsi ini tidak lepas dari adanya kekurangan. Penulis berharap saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi bidang Pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 24 Juli 2024

Penulis,

Ilham Putra Ramadhan

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Ilham Putra Ramadhan

NIM : 200900055

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : *Public Relation*

Pengaruh *Brand ambassador* Lego Bts Terhadap Minat Beli *Customer* di Mall Kota Kasablanka

Jumlah Halaman : IX+103+6 lampiran

Bibliography : 17 buku, 10 jurnal, 2 internet

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh *Brand ambassador* Lego BTS terhadap minat beli pelanggan di Mall Kota Kasablanka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh *Brand ambassador* Lego BTS terhadap minat beli pelanggan di lokasi tersebut.

Dalam penelitian ini, digunakan teori *S-O-R* dan bersifat korelasional. Sampel penelitian terdiri dari 101 pelanggan Lego di Kota Kasablanka.

Paradigma yang digunakan adalah positivistik, dengan pendekatan kuantitatif, metode survei, dan sifat penelitian eksplanatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan *Google Form*.

Hasil uji korelasi menunjukkan nilai signifikansi 0,001 dan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,944. Uji koefisien determinasi nilai 0,892 atau 89,2%, sedangkan uji regresi nilai x sebesar 0,392. Uji hipotesis nilai signifikansi 0,00 dan t hitung 28,603.

Terdapat korelasi tinggi, positif, dan linier antara variabel X (*Brand ambassador* Lego BTS) dan variabel Y (minat beli pelanggan), yang mengindikasikan adanya pengaruh signifikan dari *Brand ambassador* Lego BTS terhadap minat beli pelanggan.

Kata kunci: : *Brand ambassador*, Minat beli, Lego

Pembimbing I : Helen Olivia, M.Ikom

Pembimbing II : Agus Budiana, M.Ikom

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

Name : Ilham Putra Ramadhan

NIM : 200900055

STUDY PROGRAM : Ilmu Komunikasi

SPECIALIZATION : *Public Relation*

The Influence of the Lego BTS *Brand ambassador* on Customer Buying Interest At the Kota Kasablanka Mall

Number Of Page : IX+103+6 *attachment*

Bibliography :17 *book, 10 jurnal, 2 internet source*

ABSTRACT

This research discusses the influence of the Lego Bts *brand ambassador* on customer buying interest at the Kota Kasablanka Mall. The aim of this research is to determine the influence of the Lego Bts *Brand ambassador* on Customer Purchase Interest at Kota Kasablanka Mall.

This research uses the *S-O-R* theory. This research is cooperative in nature, the sample used was 101 Lego Kota Kasablanka customers.

This research uses a positivistic paradigm, uses a quantitative approach, survey method, explanatory research nature. Data is collected through a questionnaire using Google Form.

In the correlation test, the significance value is 0.001 and the Pearson Correlation value is 0.944, the value in the coefficient of determination test is 0.892 or 89.2%, the value in the regression test is the x value of 0.392, then in the hypothesis test the significance value is 0.00 and the t count is 28.603

There is a high, positive, and linear correlation between variable X (Lego BTS *Brand ambassador*) and variable Y (customer purchasing interest), which indicates a significant influence of Lego BTS *Brand ambassador* on customer purchasing interest.

Keywords : *Brand ambasador, Minat beli, Lego*

Advisor I : Helen Olivia, M.Ikom

Advisor II : Agus Budiana, M.Ikom