

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN ORIGINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusah Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Kerangka Teori.....	10
1.5.1 Penelitian Terdaulu.....	10
1.5.2 Paradigma Penelitian.....	12
1.5.3 Kerangka Berfikir.....	12
1.5.4 Paradigma Penelitian.....	14
1.5.4.1 Brand Awareness.....	14
1.5.4.2 Teori AIDDA.....	17
1.5.4.3 Brand Ambassador.....	22
1.5.4.4 Citra Perusahaan.....	25
1.5.4.4 Minat Beli.....	28

1.6 Definisi Konseptual .....	30
1.6.1 Variabel Bebas .....	30
1.6.2 Variabel Terikat .....	31
1.7 Definisi Operasional .....	33
1.6.1 Variabel Bebas .....	33
1.6.2 Variabel Terikat .....	33
1.8 Kerangka Penelitian.....	34
1.9 Hipotesis Penelitian .....	35
1.10 Metode Penelitian .....	36
1.10.1 Populasi dan Sampel Penelitian .....	37
1.10.2 Sumber dan Jenis Data.....	40
1.10.3 Metode Pengumpulan Data.....	41
1.10.4 Metode Pengolahan Data .....	42
1.10.4.1 Uji Validitas .....	44
1.10.4.2 Uji Reliabilitas .....	45
1.10.4.3 Uji Hipotesis .....	45
1.10.5 Metode Analisis Data.....	46
<b>BAB II OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
2.1 Gambaran Umum Blackpink .....	48
2.1.1 Penghargaan.....	50
2.1.2 Media Sosial .....	50
2.2 Gambaran Umum Shopee.....	50
2.2.1 Visi dan Misi .....	50
2.2.1.1 Visi Shopee.....	52
2.2.1.2 Misi Shopee .....	52
2.2.2 Model Bisnis.....	53
2.2.3 Penghargaan.....	54
2.2.4 Keunggulan.....	55
2.2.5 Profil .....	56

<b>BAB III TEMUAN PENELITIAN.....</b>	<b>60</b>
3.1 Karakteristik Responden.....	60
3.2 Brand Ambassador .....	63
3.3 Citra Perusahaan .....	84
3.4 Minat Beli .....	106
3.5 Interval Kelas.....	120
3.5.1 Interval Kelas Variabel Brand Ambassador (X).....	120
3.5.2 Interval Kelas Variabel Citra Perusahaan (Y1) .....	121
3.5.3 Interval Kelas Variabel Minat Beli (Y2) .....	122
3.6 Tabulasi Silang .....	123
 <b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	 <b>125</b>
4.1 Uji Validitas.....	125
4.2 Uji Reliabilitas.....	128
4.3 Analisa Regresi Berganda .....	129
4.3.1 Uji t .....	129
4.3.2 Uji F .....	130
4.4 Pembahasan .....	131
 <b>BAB V PENUTUP .....</b>	 <b>134</b>
5.1 Kesimpulan.....	134
5.3 Saran .....	135
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	137
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>138</b>
 <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	 <b>142</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 3 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Dan Kelompok Usia Di Kota Semarang .....	38
Tabel 1.3 Pengukuran Jawaban Responden .....	41
Tabel 1.4 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	45
Tabel 2.1 Akun Official Shopee .....	56
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	61
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
Tabel 3.4 Presentase Yang Menganggap Anggota Blackpink Memiliki Fisik Yang Menarik Dan Mudah Dikenali .....	63
Tabel 3.5 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Memiliki Lagu Yang Menarik Dan Berbeda Dengan Girl Group Lain .....	64
Tabel 3.6 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Memiliki Prestasi Yang Mengagumkan Dan Mampu Bersaing Dengan Girl Group Lain.....	65
Tabel 3.7 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Memiliki Style Fashion Yang Menarik Dan Berbeda Dengan Girl Group Lain.....	66
Tabel 3.8 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Merupakan Girl Group Dengan Ciri Khas Budaya K-Pop .....	67
Tabel 3.9 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Memiliki Image K- Pop Yang Berbeda Dari Girl Group Lainnya .....	68
Tabel 3.10 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Memiliki Kemampuan Untuk Menyebarkan Budaya K-Pop Melalui Shopee .....	69
Tabel 3.11 Presentase Responden Yang Menyatakan Pernah Terhubung Dengan Shopee Melalui Media Sosial.....	70

Tabel 3.12 Presentase Responden Yang Menyatakan Pernah Terhubung Dengan Blackpink Melalui Media Sosial.....	71
Tabel 3.13 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Dan Shopee Saling Mempromosikan Melalui Media Sosial .....	72
Tabel 3.14 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Mencerminkan Sikap Semangat Yang Sesuai Dengan Shopee .....	73
Tabel 3.15 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Pernah Berhasil Menjadi Brand Ambassador Pada Brand Lain .....	74
Tabel 3.16 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Dianggap Mampu Menjadi Brand Ambassador Shopee .....	75
Tabel 3.17 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Memiliki Fokus Yang Tinggi Ketika Bernyanyi .....	76
Tabel 3.18 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Memiliki Kepercayaan Diri Yang Tinggi Dan Berkemampuan Untuk Dihargai .....	77
Tabel 3.19 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Mampu Berkomunikasi Langsung Dengan Para Penggemar Seperti Pada Saat Di Konser .....	78
Tabel 3.20 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Mampu Berkomunikasi Tidak Langsung Dengan Para Penggemar Seperti Melalui Online .....	79
Tabel 3.21 Presentase Responden Yang Menyatakan Jika Menyampaikan Pendapat, Blackpink Terlihat Terpercaya Dan Meyakinkan .....	80
Tabel 3.22 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Memiliki Aura Tersendiri Yang Berbeda Dari Girl Group Lain .....	81
Tabel 3.23 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Selalu Tampil Menarik Dan Professional .....	82
Tabel 3.24 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blackpink Tidak Pernah Menunjukkan Ekspresi Dan Perilaku Yang Negatif .....	83
Tabel 3.25 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Keunggulan Dalam Sistem Aplikasi .....	84

Tabel 3.26 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Keunggulan Dalam Sistem Transaksi.....	85
Tabel 3.27 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Keunggulan Dalam Sistem Pelayanan .....	86
Tabel 3.28 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Merupakan E-Commerce Yang Atraktif .....	87
Tabel 3.29 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Sebagai E-Commerce Yang Layak Mendapatkan Penghargaan .....	88
Tabel 3.30 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Pernah Membuat Event Yang Informatif Dan Inovatif.....	89
Tabel 3.31 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Pernah Menjadi Bagian Dari Sponsorship .....	90
Tabel 3.32 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Fitur Tanya Jawab Untuk Memenuhi Pertanyaan Konsumen.....	91
Tabel 3.33 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Customer Service Untuk Melayani Keluhan Konsumen .....	92
Tabel 3.34 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Media Sosial Untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Konsumen .....	93
Tabel 3.35 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Fitur Tanya Jawab Yang Cepat Dan Tanggap Dalam Menjawab Pertanyaan Konsumen.....	94
Tabel 3.36 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Customer Service Yang Cepat Dan Tanggap Dalam Menerima Keluhan Konsumen .....	95
Tabel 3.37 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Media Sosial Yang Aktif Dalam Memberikan Informasi Kepada Konsumen.....	96
Tabel 3.38 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Bekerja Sama Dengan Banyak Produsen Untuk Memperbanyak Variasi Produk.....	97
Tabel 3.39 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Bekerja Sama Dengan Banyak Bank Atau Pihak Keuangan Untuk Memudahkan Dalam Pembayaran Produk .....	98

Tabel 3.40 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Bekerja Sama Dengan Ekspedisi Pengiriman Untuk Memudahkan Pengiriman Produk .....	99
Tabel 3.41 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Iklan Yang Menarik Perhatian Dan Mudah Diingat .....	100
Tabel 3.42 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Warna Khas Yang Menarik Perhatian Dan Mudah Diingat.....	101
Tabel 3.43 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Jingle Yang Menarik Perhatian Dan Mudah Diingat .....	102
Tabel 3.44 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Shopee Memiliki Fitur Yang Lengkap Dan Mudah Dimengerti.....	103
Tabel 3.45 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Merasa Puas Atas Transaksi Yang Dilakukan Di Shopee .....	104
Tabel 3.46 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Merasa Aman Dan Nyaman Atas Transaksi Yang Dilakukan Di Shopee .....	105
Tabel 3.47 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Membuka Aplikasi Maupun Website Shopee Untuk Melihat Produk Yang Dibutuhkan .....	106
Tabel 3.48 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Membuka Aplikasi Maupun Website Shopee Hanya Untuk Melihat Produk Yang Tidak Dibutuhkan Atau Sekadar Menghabiskan Waktu .....	107
Tabel 3.49 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Mengetahui Dan Mengikuti Informasi Atau Promo Terbaru Dari Shopee.....	108
Tabel 3.50 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Melakukan Transaksi Ketika Mendapatkan Produk Yang Dibutuhkan.....	109
Tabel 3.51 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Melakukan Transaksi Ketika Mendapatkan Produk Dengan Harga Yang Murah.....	110
Tabel 3.52 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Menyarankan Orang Lain Untuk Melakukan Transaksi Di Shopee .....	111
Tabel 3.53 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Menyarankan Orang Lain Untuk Melakukan Transaksi Di Shopee Pada Penjual Tertentu .....	112

Tabel 3.54 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Menyarankan Orang Lain Untuk Melakukan Transaksi Di Shopee Pada Produk Tertentu .....	113
Tabel 3.55 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Mencari Informasi Sebelum Melakukan Transaksi Di Shopee.....	114
Tabel 3.56 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Mencari Informasi Penjual Tertentu Sebelum Melakukan Transaksi Di Shopee .....	115
Tabel 3.57 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Mencari Informasi Sebuah Produk Sebelum Melakukan Transaksi Di Shopee .....	116
Tabel 3.58 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Mencari Dan Mendapatkan Informasi Terhadap Produk Melalui Pendapat Dan Saran Dari Orang Lain.....	117
Tabel 3.59 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Konsumen Mencari Dan Mendapatkan Informasi Terhadap Produk Melalui Kesamaan Pendapat Dan Saran Dari Orang Lain.....	118
Tabel 3.60 Presentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Mencari Dan Mendapatkan Informasi Terhadap Produk Melalui Pencarian Di Internet .....	119
Tabel 3.61 Skala Interval Variabel Brand Ambassador (X) .....	121
Tabel 3.62 Skala Interval Variabel Citra Perusahaan (Y1) .....	122
Tabel 3.64 Skala Interval Variabel Minat Beli (Y2) .....	123
Tabel 3.65 Tabulasi Silang X Terhadap Y1 .....	123
Tabel 3.66 Tabulasi Silang X Terhadap Y2.....	124



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet 2017 oleh APJII.....	1
Gambar 1.2 Pengguna Internet 2017 oleh APJII .....	2
Gambar 1.3 Blackpink sebagai Brand Ambassador Shopee.....	4
Gambar 1.4 Kerangka Penelitian .....	34
Gambar 1.5 Pertumbuhan Pengguna Internet 2017 oleh APJII.....	37
Gambar 2.1 Official Photo Blackpink dari <a href="http://www.blackpinkofficial.com">www.blackpinkofficial.com</a> .....	48
Gambar 2.2 Blackpink dalam Iklan Shopee dari <a href="http://www.shopee.com">www.shopee.com</a> .....	49
Gambar 2.3 Logo Shopee dari <a href="http://www.shopee.com">www.shopee.com</a> .....	51
Gambar 2.4 Halaman Depan Website Shopee dari <a href="http://www.shopee.com">www.shopee.com</a> .....	56