

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN
PERSONAL BRANDING SEVENTEEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE* SEVENTEEN
PADA KOMUNITAS CARAT JABODETABEK**

SKRIPSI

OLEH:

ARDIVA ZAKIA

202010325296



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan
Personal Branding Seventeen Terhadap
Keputusan Pembelian *Merchandise*
Seventeen pada Komunitas Carat
Jabodetabek

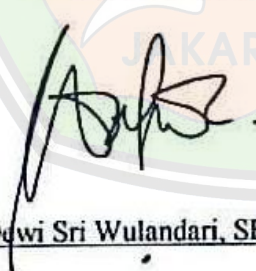
Nama Mahasiswa : Ardiva Zakia
Nomor Pokok : 202010325296
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 22 Juli 2024

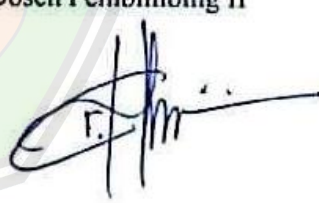
MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Dewi Sri Wulandari, SE., M.Sc

NIDN. 0303017106


Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd

NIDN. 0306028501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan
Personal Branding Seventeen Terhadap
Keputusan Pembelian *Merchandise* Seventeen
pada Komunitas Carat Jabodetabek

Nama Mahasiswa : Ardiva Zakia

Nomor Pokok : 202010325296

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 22 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Agus Dharmanto, SE., MM
NIDN. 0305087310

Sekretaris Tim Penguji : Nita Komala Dewi, S.I.Kom., M.M
NIDN. 0314048302

Penguji : Dr. Dewi Sri Wulandari, SE., M.Sc
NIDN. 0303017106

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ardiva Zakia
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325296
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 21 Januari 2002
Alamat : Jalan Pendidikan 3 No. 9 RT. 05/01 Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi. 1710

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi dengan berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan *Personal Branding* Seventeen Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* Seventeen pada Komunitas Carat Jabodetabek” adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 22 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Ardiva Zakia

202010325296

ABSTRAK

Ardiva Zakia, 202010325296. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan *Personal Branding* Seventeen Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* Seventeen pada Komunitas Carat Jabodetabek.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; (1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *merchandise* Seventeen pada komunitas Carat Jabodetabek, (2) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian *merchandise* Seventeen pada komunitas Carat Jabodetabek, (3) pengaruh *personal branding* Seventeen terhadap keputusan pembelian *merchandise* Seventeen pada komunitas Carat Jabodetabek, dan (4) pengaruh kualitas produk, promosi, dan *personal branding* Seventeen secara simultan terhadap keputusan pembelian *merchandise* Seventeen pada komunitas Carat Jabodetabek. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner pada komunitas Carat di Jabodetabek yang diuji menggunakan *software* IBM SPSS versi 26. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 190 responden yang didapatkan dari rumus Hair dengan teknik *convenience sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, (2) promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, (3) *personal branding* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan (4) kualitas produk, promosi, dan *personal branding* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi, *Personal Branding*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ardiva Zakia, 202010325296. *The Effect of Product Quality, Promotion, and Personal Branding Seventeen on Purchasing Decisions for Seventeen Merchandise in the Jabodetabek Carat Community.*

This study aims to determine; (1) the effect of product quality on purchasing decisions for Seventeen merchandise in the Jabodetabek Carat community, (2) the effect of promotion on purchasing decisions for Seventeen merchandise in the Jabodetabek Carat community, (3) the effect of Seventeen personal branding on purchasing decisions for Seventeen merchandise in the Jabodetabek Carat community, and (4) the effect of product quality, promotion, and Seventeen personal branding simultaneously on purchasing decisions for Seventeen merchandise in the Jabodetabek Carat community. This study uses quantitative methods. The data collection technique used the distribution of questionnaires to the Carat community in Jabodetabek which was tested using IBM SPSS version 26 software. The sample in this study were 190 respondents obtained from Hair's formula with convenience sampling technique. The results showed that; (1) product quality has an effect on purchasing decisions, (2) promotion affects purchasing decisions, (3) personal branding affects purchasing decisions, and (4) product quality, promotion, and personal branding simultaneously affect purchasing decisions.

Keyword : *Product Quality, Promotion, Personal Branding, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan *Personal Branding* Seventeen Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* Seventeen pada Komunitas Carat Jabodetabek”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC), selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak, selaku Dekan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Dewi Sri Woelandari P.G, S.E., M.sc dan Ibu Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dan II yang telah membimbing dan memberikan arahan serta dukungan dalam penyusunan skripsi.

5. Bapak Agus Dharmanto, S.E, M.M, dan ibu Nita Komala Dewi, S.Ikom, M.M selaku tim penguji sidang proposal dan sidang skripsi yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Bintang Narpati, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang membantu dan memberikan arahan serta motivasi.
7. Seluruh Dosen dan *Staff* Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan serta motivasi.
8. Kepada ibu, kakak, dan nenek. Ibu Yuli Kusmiasari, kakak Aulia Zahra, dan nenek Sarmawati, yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang yang tak terhingga, motivasi, dan dukungan doa, serta pengorbanan materilnya, mulai dari penulis menempuh studi hingga saat ini.
9. Kepada teman-teman seperjuangan, Almira Ratih Renaningtyas dan Surya Ramadhan, yang telah memberikan dukungan dan motivasi.
10. Kepada anggota Seventeen, Scoups, Jeonghan, Joshua, Jun, Hoshi, Wonwoo, Woozi, The8, Mingyu, DK, Seungkwan, Vernon, dan Dino, yang telah memberikan semangat dan motivasi melalui karyanya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini, masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca.

Jakarta, 5 April 2024



Ardiva Zakia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 Telaah Teoritis	15
2.1.1 Pemasaran.....	15
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3 Kualitas Produk	20
2.1.4 Promosi.....	23
2.1.5 <i>Personal Branding</i>	26
2.2 Telaah Empiris.....	29
2.3 Kerangka Konseptual	36

2.4	Hipotesis	36
2.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.4.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.4.3	Pengaruh <i>Personal Branding</i> Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.4.4	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan <i>Personal Branding</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
BAB III	METODE PENELITIAN	39
3.1	Desain Penelitian.....	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1	Populasi	39
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Jenis dan Sumber Data	40
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	41
3.4.1	Definisi Operasional Variabel	41
3.4.2	Skala Pengukuran.....	43
3.5	Metode Analisis data dan Pengujian Hipotesis	44
3.5.1	Metode Analisis.....	44
3.5.2	Pengujian Data	46
3.5.3	Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Gambaran Umum	49
4.1.1	Profil Singkat Seventeen.....	49
4.1.2	Logo Seventeen.....	50
4.2	Deskripsi Data	50
4.2.1	Identitas Responden.....	51
4.3	Hasil Analisis Data	54
4.3.1	Uji Validitas	55
4.3.2	Uji Reabilitas	58
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.5	Hasil Uji Hipotesis	62

4.5.1 Uji-t.....	62
4.5.2 Uji-f.....	64
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	66
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.6.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	67
4.6.3 Pengaruh <i>Personal Branding</i> terhadap Keputusan Pembelian	68
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan <i>Personal Branding</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	68
BAB V PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	69
5.3 Keterbatasan Peneliti.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar 10 Teratas Reputasi Boy Group K-Pop per Maret 2024.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Album Fisik 2023	5
Tabel 1.3 Pra-survey Keputusan Pembelian Merchandise Seventeen	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Operasional Variabel	42
Tabel 3.2 Skala Likert.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Domisili	52
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Lama Menjadi Penggemar	53
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	53
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pengeluaran	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Promosi (X_2)	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Personal Branding (X_3)	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.14 Hasil Uji-t	63
Tabel 4.15 Hasil Uji f.....	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengikut Seventeen di Platform Instagram	4
Gambar 1.2 Fanbase Seventeen di Platform X (Twitter)	4
Gambar 1.3 Produk Merchandise Seventeen	6
Gambar 1.4 Contoh Personal Branding oleh anggota Seventeen.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 4.1 Logo Seventeen.....	50
Gambar 4.2 Grafik P-Plot of Regression Standarized Residual.....	59
Gambar 4.3 Grafik Scatterplots of Residual	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	78
Lampiran 2 Uji Referensi	81
Lampiran 3 Kuesioner	88
Lampiran 4 Data Tabulasi Responden	93
Lampiran 5 Output Uji SPSS	113
Lampiran 6 Distribusi Nilai r_{tabel}	121
Lampiran 7 Titik Presentase Distribusi t	123
Lampiran 8 Titik Presentase Distribusi f	124
Lampiran 9 Buku Bimbingan	125
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup	128

