

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR IDOL K-POP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA APLIKASI TOKOPEDIA  
OLEH MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
GENTARAS BANDAR LAMPUNG**

**CHRISTOFORUS ESANDRA**

**2018112114**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* idol K-pop terhadap keputusan pembelian produk pada aplikasi Tokopedia oleh mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gentaras Bandar Lampung. Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data yang dilakukan yakni dengan menggunakan dan menyebarkan kuesioner, pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang menghitung sampel dengan menggunakan metode z-score atau dikenal juga dengan rumus lemeshow. Hasil perhitungan R square adalah 0,577 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi, atau  $0,760 \times 0,760 = 0,577$ ). R square bisa disebut koefisien determinasi, yang dalam hal ini berarti 57,7 % dan hasil dari perhitungan tabel coefficients<sup>3</sup> didapatkan hasil penelitian yaitu bahwa Brand Ambassador (X) diperoleh nilai t hitung sebesar 11.566 sedangkan nilai t tabel dengan dk ( $d-k = 100-2=98$ ) adalah 1,66 jadi t hitung ( $11.566 > t \text{ tabel } (1,66)$ ), dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga disimpulkan bahwa *Brand Ambassador* idol K-pop berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi Tokopedia Oleh Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gentaras Bandar Lampung.

**Kata kunci : *brand ambassador* idol K-pop, keputusan pembelian**

**THE EFFECT OF INFLUENCE BRAND AMBASSADOR IDOL K-POPS ON  
PRODUCT DECISION PURCHASE ON THE TOKOPEDIA APPLICATION  
BY COLLEGE STUDENT OF GENTARAS INSTITUTE OF ECONOMIC  
SCIENCE IN BANDAR LAMPUNG**

**CHRISTOFORUS ESANDRA**

**2018112114**

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of influence brand ambassador idol k-pops on product decision purchase on the tokopedia application by college student of the Gentiaras Institute of Economic Science in Bandar Lampung. The type of study conducted by the researcher is descriptive quantitative. Data collection is done by using and distributing questionnaires, sampling was carried out using a non-probability sampling method, the type of purposive sampling, with the number of respondents as many 100 people calculate the sample using the z-score method or also know as the lemesshow formula. The result of the calculation of R square is 0.577 (is the square of the correlation coefficient, or  $0.760 \times 0.760 = 0.577$ ). R square can be called the coefficient of determination, which in this case means 57.7% and the results of the calculation of the coefficients table, the research results are that Brand Ambassador (X) obtained a t count value of 11,566 while the t table value with dk ( $d-k = 100-2 = 98$ ) is 1.66 so t count ( $11,566 > t \text{ table } (1.66)$ ), with thus  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted so that it is said that the Brand Ambassador idol K-pops has an effect on product decision purchase on the tokopedia application by college student of the Gentiaras Institute of Economic Science in Bandar Lampung.*

**Keyword : brand ambassador idol k-pops, decision purchase**