

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Korean Wave* dan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli *Online* Pada *Fandom BTS* sebagai Pengguna *Marketplace Tokopedia*” ini ditulis oleh Ginda Aprilia Devitasari, NIM. 126405202099, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Ibu Fitrianiatsany, S. Sos, M. A.

*Fandom BTS* menjadi salah satu fenomena menonjol dalam budaya populer global saat ini. Tujuan dalam penelitian untuk mengetahui *korean wave* dan *brand ambassador* terhadap minat beli *online* pada *fandom BTS* sebagai pengguna *marketplace tokopedia*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden, tahap selanjutnya data kuesioner dianalisis dengan uji instrumen, dan uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel secara parsial *korean wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online*, sedangkan variabel *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online*. Secara simultan variabel *korean wave* dan *brand ambassador* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online*.

**Kata kunci:** *Brand Ambassador, Fandom, Korean Wave dan Minat Beli Online*

## **ABSTRACT**

*This thesis with the title "The Influence of Korean Wave and Brand Ambassadors on Online Buying Interest in BTS Fandom as Tokopedia Marketplace Users" was written by Ginda Aprilia Devitasari, NIM. 126405202099, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Supervisor Mrs. Fitriyanatsany, S. Sos, M. A.*

*BTS fandom is one of the prominent phenomena in global popular culture today. The purpose of the research is to find out korean wave and brand ambassadors on online buying interest in BTS fandom as tokopedia marketplace users.*

*The research method used in this research is quantitative with associative research type. The technique used in sampling in this study was purposive sampling, the number of samples used in the study were 100 respondents, the next stage of questionnaire data was analyzed by instrument test, and classical assumption test, multiple linear regression test, and hypothesis testing.*

*The results showed that partially korean wave variables had a positive and significant effect on online buying interest, while brand ambassador variables had a positive and significant effect on online buying interest. Simultaneously, the korean wave and brand ambassador variables have a positive and significant effect on online buying interest.*

**Keywords: Brand Ambassador, Fandom, Korean Wave and Purchase Intention**