

**PENGARUH *DESIGN PRODUCT*, *PERSONAL BRANDING*,  
*DISTRIBUTION*, *DAN DIGITAL MARKETING* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM K-POP (STUDI KASUS  
PEMBELI PADA *WEVERSE SHOP*)**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



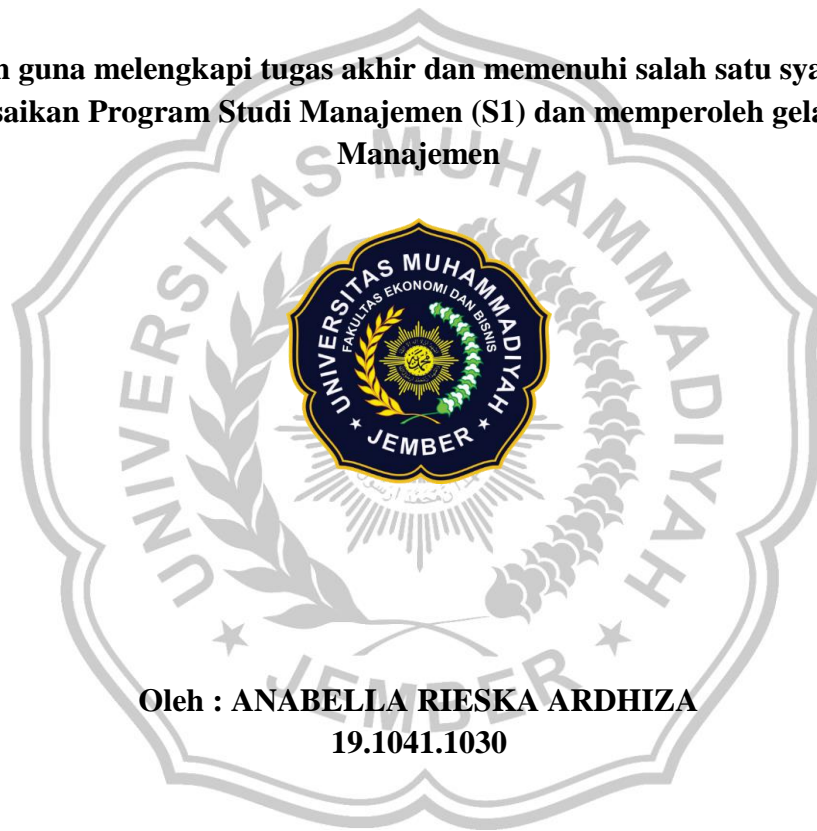
**Oleh : ANABELLA RIESKA ARDHIZA  
19.1041.1030**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2023**

**PENGARUH *DESIGN PRODUCT, PERSONAL BRANDING, DISTRIBUTION, DAN DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM K-POP (STUDI KASUS PEMBELI PADA *WEVERSE SHOP*)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh : ANABELLA RIESKA ARDHIZA  
19.1041.1030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2023**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anabella Rieska Ardhiza  
NIM : 1910411030  
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *PENGARUH DESIGN PRODUCT, PERSONAL BRANDING, DISTRIBUTION, DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM K-POP (STUDI KASUS PEMBELI PADA WEVERSE SHOP)* adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 6 April 2023

Yang menyatakan,



Anabella Rieska Ardhiza  
NIM. 19.1041 1030



## PERSETUJUAN

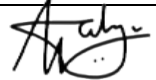
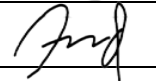
### **PENGARUH *DESIGN PRODUCT*, *PERSONAL BRANDING*, *DISTRIBUTION*, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM K-POP (STUDI KASUS PEMBELI PADA WEVERSE SHOP)**

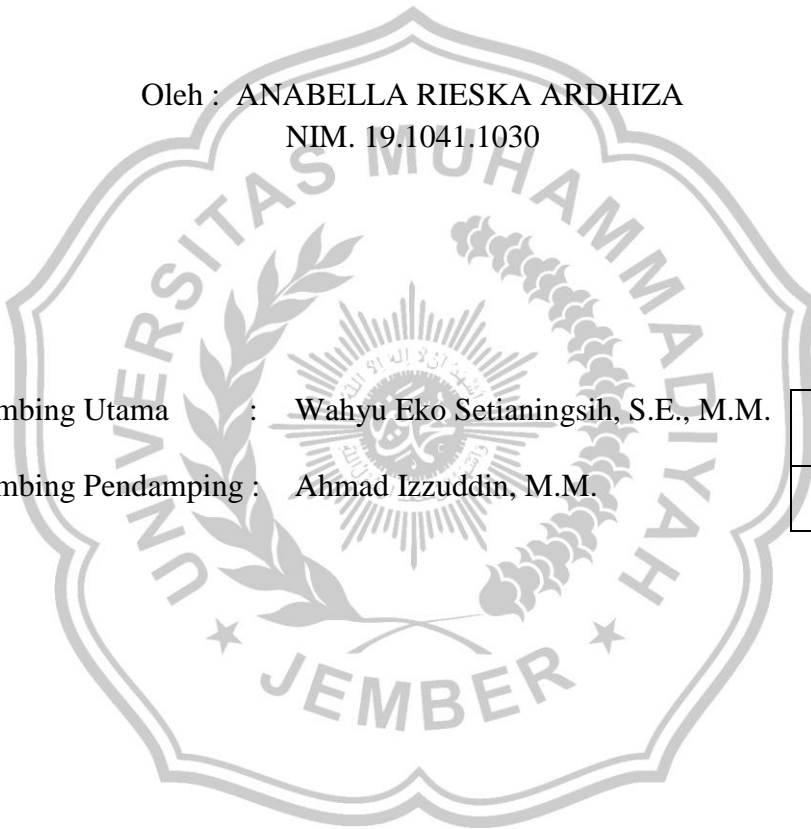
Oleh : ANABELLA RIESKA ARDHIZA  
NIM. 19.1041.1030

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Wahyu Eko Setianingsih, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing Pendamping : Ahmad Izzuddin, M.M.



## PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh *Design Product, Personal Branding, Distribution, dan Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Album K-Pop (Studi Kasus Pembeli Pada *Weverse Shop*), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 6 April 2023  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Nursaidah, SE., MM

NPK. 1985060111509637

Anggota 1,

Anggota 2,

Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM.

NPK. 1979120811503633

Ahmad Izzuddin, SE., MM.

NPK. 1990100711605788

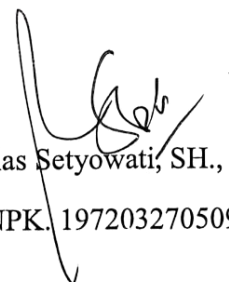
Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi,



Mahen Uka Sari, SE., MM.  
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi,



Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.

NPK. 197203270509477

## PERSEMBAHAN

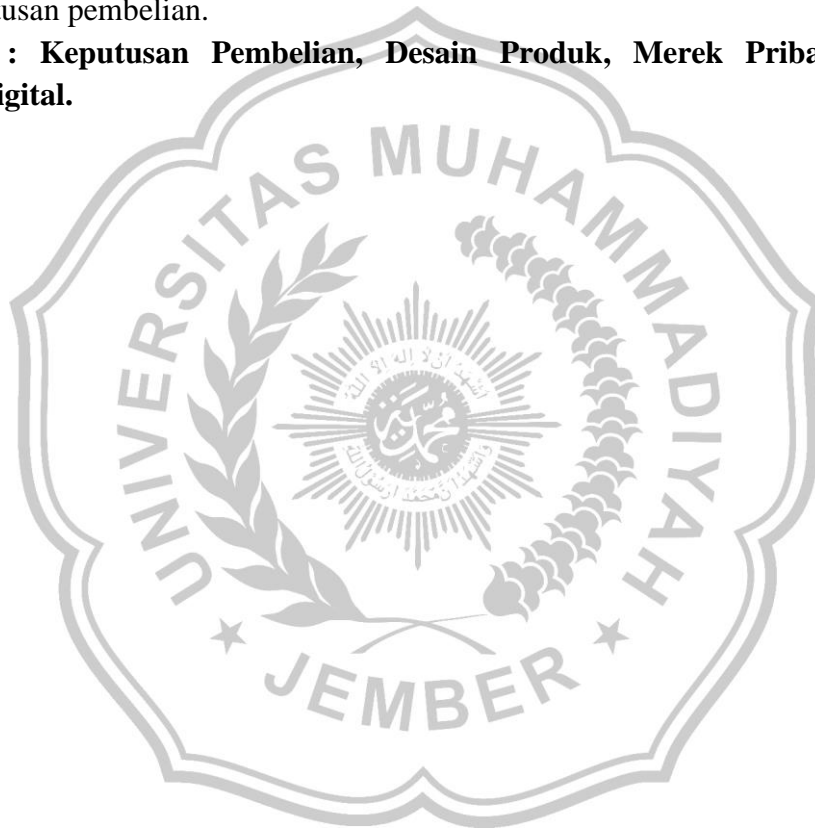
Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan kali ini saya ucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Terimakasih kepada ayah, mama, irsyad, dan dimas yang telah setia menemani, membimbing, memahami, mendukung, menasehati, dan mendoakan saya setiap waktu.
3. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing dan Penguji yang telah membantu mendampingi saya dalam penyusunan skripsi.
4. Terimakasih kepada civitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, staf pengajar, karyawan dan seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Terimakasih kepada sahabat dan teman-teman saya Fanny, Mytha, Anita, Yugi, Adek Iris, Ka Desi, dan Syifa yang telah membantu saya dalam memberikan dukungan baik tenaga maupun mental dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada Safirah W.N dan seluruh pegawai PT. PLN (Persero) ULP Jember Kota yang telah membantu, memahami, dan membimbing dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada kim namjoon, kim seokjin, min yoongi, jung hoseok, park jimin, kim taehyung, jeon jungkook yang telah menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh desain produk, merek pribadi, distribusi, dan pemasaran digital terhadap keputusan pembelian album kpop pada aplikasi Weverse Shop. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengambilan sampel Purposive Sampling sebanyak 112 responden, menggunakan elektronik survei yang disebarakan kepada wanita maupun pria yang pernah membeli album kpop pada aplikasi Weverse Shop. Analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda, uji parsial (uji t), dan uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Dan hasil analisis menggunakan SPSS versi 25 menunjukkan secara parsial variabel desain produk dan merek pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel distribusi dan pemasaran digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Desain Produk, Merek Pribadi, Distribusi, Pemasaran Digital.**



## ABSTRAC

*In order to ascertain the impact of product design, personal branding, distribution, and digital marketing on purchasing choices for kpop albums on the Weverse Shop app, study was carried out. An electronic survey that was given to both women and men who had purchased K-pop records through the Weverse Shop program served as the basis for this study's quantitative approach, which included a purposive sampling method of 112 respondents. Multiple linear regression analysis, partial analyzing (t testing), and testing the coefficient of determination are all employed in data analysis (R2). The analysis's results, which were obtained using SPSS version 25, also reveal that while the distribution and digital marketing variables have a significant impact on buying behavior, the product design and personal brand variables have a significant effect.*

**Keywords:** *Purchase Decision, Product Design, Personal Branding, Distribution, Digital Marketing.*





## MOTTO

وَأَفِوضُ أَمْرِي إِلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ

Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Melihat akan hamba-hamba-Nya."

(QS. Ghafir 40: Ayat 44)

“Terkadang, kasih sayang tuhan itu bukan apa yang dia beri padamu. Tapi apa yang dia singkirkan darimu”

-zhafir Akalanka



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan kepada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *Design Product, Personal Branding, Distribution, dan Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Album K-Pop (Studi Kasus Pembeli Pada *Weverse Shop*).

Skripsi ini merupakan karya penulis dan juga merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing, serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Nursaidah, S.E., M.M. selaku dosen penguji utama yang telah memberikan pengarahan serta saran, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Wahyu Eko Setianingsih, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I dalam memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Ahmad Izzuddin, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II dalam memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tua dan juga keluarga besar saya yang selalu mensupport dalam segala hal baik materi dan juga rohani.
8. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi kedepannya.

Jember, 6 April 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN PENULIS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Teori.....	9
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Konseptual.....	20
2.4 Hipotesis.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1 Identifikasi Variabel.....	23
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.3 Desain Penelitian.....	25
3.4 Jenis Data.....	25
3.5 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7 Teknik Analisis Data.....	28
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.9 Uji Hipotesis.....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>31</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	31
4.2 Analisis Data dan Pembahasan.....	37
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>58</b>
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

### Tabel Judul

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal .....	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Album .....	38
Tabel 4.5 Design Product (X1.1) .....	39
Tabel 4.6 Design Product (X1.2) .....	40
Tabel 4.7 Design Product (X1.3) .....	40
Tabel 4.8 <i>Personal Branding</i> (X2.1).....	41
Tabel 4.9 <i>Personal Branding</i> (X2.2).....	41
Tabel 4.10 <i>Personal Branding</i> (X2.3).....	42
Tabel 4.11 <i>Distribution</i> (X3.1).....	42
Tabel 4.12 <i>Distribution</i> (X3.2).....	43
Tabel 4.13 <i>Distribution</i> (X3.3).....	43
Tabel 4.14 <i>Digital Marketing</i> (X4.1) .....	44
Tabel 4.15 <i>Digital Marketing</i> (X4.2) .....	44
Tabel 4.16 <i>Digital Marketing</i> (X4.3) .....	45
Tabel 4.17 Keputusan Pembelian (Y.1) .....	45
Tabel 4.18 Keputusan Pembelian (Y.2) .....	46
Tabel 4.19 Keputusan Pembelian (Y.3) .....	46
Tabel 4.20 Keputusan Pembelian (Y.4) .....	47
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas .....	47
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolonieritas.....	50
Tabel 4.25 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	52
Tabel 4.26 Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	53
Tabel 4.27 Hasil Kefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	54

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

Gambar 1.1 Menjelaskan tentang <i>top 10 best selling album</i> in 2022.....	2
Gambar 1.2 <i>Cash back</i> saat penukaran emblem pada <i>Weverse Shop Overview 2022</i> .....	3
Gambar 1.3 Menjelaskan tentang <i>Weverse Shop Overview 2022</i> .....	4
Gambar 2.1 Kerangka konseptual .....	20
Gambar 4.1 Tampilan sampul awal aplikasi <i>Weverse Shop 2023</i> .....	31
Gambar 4.2 Tampilan pemberitahuan <i>new product</i> pada aplikasi <i>Weverse Shop 2023</i> .....	32
Gambar 4.3 Tampilan pemberitahuan <i>new event</i> pada aplikasi <i>Weverse Shop 2023</i> .....	32
Gambar 4.4 <i>Outer Sleeve</i> (sampul).....	34
Gambar 4.5 <i>CD Audio</i> .....	34
Gambar 4.6 <i>Photobook</i> .....	34
Gambar 4.7 <i>Photocard</i> .....	35
Gambar 4.8 <i>Postcard</i> .....	35
Gambar 4.9 Poster .....	36
Gambar 4.10 <i>Sticker</i> .....	36
Gambar 4.11 <i>Lyric Book</i> .....	36
Gambar 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	49
Gambar 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	51

