

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

- A. JOHANNA RUTHLLIANIE (915160182)
B. STUDI TENTANG MOTIVASI ARMY JAKARTA DALAM MEMBELI
MERCHANDISE IDOLA (STUDI KASUS KAOS UNIQLO X BT21)
C. xiv+ 93 hlm, 2019, 1 tabel, 1 bagan, 9 gambar, 4 lampiran
D. *ADVERTISING*

Abstrak:

Penelitian ini mengangkat tentang motivasi individu dalam keputusan pembelian *merchandise* idola. Konsep yang digunakan yaitu motivasi dan keputusan pembelian. Konsep motivasi meliputi sumber motivasi, yaitu melalui motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Sedangkan untuk keputusan pembelian melalui lima tahapan yaitu, mengenali kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Penelitian ini menggunakan studi kasus terhadap kaos Uniqlo X BT21 dengan metodologi kualitatif. Hasil penelitian ini yaitu motivasi yang menyebabkan pembelian kaos Uniqlo X BT21. Interaksi parasosial terbukti mampu untuk mempengaruhi pembelian *merchandise*. Semakin lekat sebuah hubungan parasosial, maka akan semakin tinggi motivasi minat beli. Kalaborasi yang diadakan Uniqlo dengan BTS dapat dikatakan berhasil menarik minat penggemar. Sehingga kolaborasi merek dan *public figure* kini merupakan sebuah strategi yang dapat dilakukan untuk mempromosikan produk. Pebisnis perlu melihat peluang yang hadir dalam fenomena tersebut.

Kata Kunci: motivasi, keputusan pembelian

- E. Daftar Pustaka: 12 buku, 6 jurnal, 11 artikel

F. Diah Ayu Candraningrum S.T.,M.B.A.,M.Si