



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi Unggul
SK BAN-PT No.: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ALBUM BTS

Skripsi

Oleh

Salma Salsabila Dhaniya

6081801124

Bandung

2022



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi Unggul
SK BAN-PT No.: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ALBUM BTS

Skripsi

Oleh

Salma Salsabila Dhaniya

6081801124

Pembimbing

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

Bandung

2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Salma Salsabila Dhaniya
Nomor Pokok : 6081801124
Judul : Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Album BTS

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 24 Juni 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M. : _____

Sekretaris

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D. : _____

Anggota

Dian Sadeli, S.E., M.Ak : _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Salma Salsabila Dhaniya
NPM : 6081801124
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Minat
Beli Album BTS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 15 Juni 2022



Salma Salsabila Dhaniya

ABSTRAK

Nama : Salma Salsabila Dhaniya
NPM : 6081801124
Judul : Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Minat Beli
Album BTS

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak penggemar K-Pop. Penggemar K-Pop di Indonesia didominasi oleh penggemar BTS. BTS adalah *boygroup* asal Korea Selatan yang telah memiliki rekor dalam penjualan album semenjak tahun 2013.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap minat beli album BTS. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksplanatori dengan teknik pengumpulan data menyebarkan kuesioner kepada 120 responden di mana kriteria respondennya adalah konsumen album BTS yang pernah membeli album BTS minimal satu kali dan berdomisili Jakarta dan Bandung. Data hasil jawaban responden dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan model regresi linier berganda.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap produk (X_1) dengan memperoleh hasil analisis deskriptif sebesar 3,43. Kemudian, konsumen memiliki persepsi yang kurang baik terhadap harga (X_2) dengan memperoleh hasil analisis deskriptif sebesar 3,17. Minat beli (Y) memperoleh persepsi konsumen yang kurang baik dengan hasil analisis deskriptif sebesar 3,37. Berdasarkan hasil penelitian dengan model regresi linier berganda pada uji simultan memperoleh produk (X_1) dan harga (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap minat beli (Y). Pada uji simultan memperoleh hasil produk (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap minat beli (Y) dan harga (X_2) berpengaruh terhadap minat beli (Y).

Kata Kunci: Produk, Harga, Minat Beli

ABSTRACT

Name : Salma Salsabila Dhaniya
Student IDE : 6081801124
Title : *The Influence of Products and Prices on Interest in Buying BTS Albums*

Indonesia is a country that has many K-Pop fans. K-Pop fans in Indonesia are dominated by BTS fans. BTS is a South Korean boy group that has had a record in album sales since 2013.

This study aims to determine the effect of product and price on buying interest in BTS albums. The research method used is the explanatory method with data collection techniques distributing questionnaires to 120 respondents where the respondents' criteria are BTS album consumers who have bought BTS albums at least once and are domiciled in Jakarta and Bandung. Data from respondents' answers were analyzed using descriptive analysis and multiple linear regression models.

The conclusion of this study shows that consumers have a good perception of the product (X1) by obtaining a descriptive analysis result of 3.43. Then, consumers have a bad perception of price (X2) by obtaining a descriptive analysis result of 3.17. Buying interest (Y) obtained consumer perceptions that were not good with the results of descriptive analysis of 3.37. Based on the results of research with multiple linear regression models in the simultaneous test of obtaining product (X1) and price (X2) simultaneously affect buying interest (Y). In the simultaneous test, the product results (X1) partially affect buying interest (Y) and price (X2) affects buying interest (Y).

Keywords: Product, Price, Purchase Interest

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Album BTS.” Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Sehingga tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Deny Sugiari dan Dyah Ratna Sundari, selalu Papa dan Mama dari penulis yang tidak pernah berhenti untuk selalu senantiasa mendoakan dan mendukung penulis dalam segala hal.
2. Nurul Syifa Dheanira dan Syarhan Fauzan, selaku kakak dan adik penulis yang juga turut memberikan doa, dukungan, serta semangat untuk penulis dari kecil hingga sekarang.
3. Ninin & Kiki Iwa, Gurniwa Nenek Lilis, dan Kakek Kiagus Abubakar (Alm), selaku nenek dan kakek penulis yang selalu mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Lenny Priatna dan Ine Handayani, selaku uwa dan tante dari penulis yang juga turut mendoakan penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Gandhi Pawitan Ir., M.Sc., Ph.D, selaku dosen pembimbing penulis yang telah

meluangkan banyak waktunya dalam membimbing, membantu, dan memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
8. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan atas semua pembelajaran yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
9. Rasyad Rizqullah Putra, Inggita Mayang, Anindita Putri, Maitsa Maryana, Tsaniya Zahra, dan Dhaneswara, sebagai sepupu-sepupu dari penulis yang ikut serta membantu dan menyemangati penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Rizky Noviar Anwardiredja, selaku kerabat dekat penulis yang selalu memberikan doa serta dukungan yang sangat berarti.
11. Sawawwa Salsabila, Cesy Nabila, Delia Danakirti, Sarah Anjani, dan Alya Salmaa, sebagai teman yang selalu menemani dan menyemangati dalam penyusunan skripsi ini.
12. Kirana Amarissa, Nadhira Mulya, Tasya Alia, Tazkia Agiani, Khairunia Yasyfa, Zahira Mayfitriana, Zahra Safira, Listya Diwasasri, dan Zaki Tashdiq, selaku teman-teman penulis yang selalu memberikan dukungan dari kecil hingga sekarang kepada penulis.
13. Nadia Siagian, Fidela Anindita, Salma Zahira, Andjani Dwinataputri, Khairunissa Aulia, Nethanya Kirana, Anira Puteri, Eva Elvira, Sanita Putri, Annasya Tercinta, Bimo Dwiwangga, Emirsal Zachary, Rahadi Raksa, Rahmat Aryanto, Ferdi Milano, Tubagus Difa, dan Iqbal Ali yang telah menemani selama masa perkuliahan dan

memberikan dukungan serta doa kepada penulis.

14. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook, selaku anggota BTS yang telah menjadi penyemangat penulis selama masa perkuliahan dan sampai penyusunan skripsi ini selesai.

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Penulis berharap semua kritik dan saran akan diterima sebagai masukan perbaikan di masa yang datang. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa mencurahkan segala rahmat kepada orang-orang senantiasa membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bandung, Juni 2022

Salma Salsabila Dhaniya

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Permasalahan	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Objek Penelitian	6
1.6 Batasan Penelitian	11
BAB 2	13
2.1 Kerangka Pemikiran	13
2.2 Kerangka Teori dan Konsep	15
2.2.1 Manajemen Pemasaran	15
2.2.2 Bauran Pemasaran	19
2.2.2 Minat Beli	32
2.2.4 Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli Album K-Pop	36
2.2.5 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Album K-Pop	36
2.3 Hipotesis	37
2.4 Metodologi	38

2.4.4	Populasi dan Sampel.....	40
2.4.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43
2.4.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
2.4.7	Teknik Analisis Data	45
BAB 3		54
3.1	Profil Responden.....	59
3.2	Tabulasi Silang.....	61
3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
3.4	Analisis Deskriptif	64
3.4.1	Analisis Konsumen atas Produk (X_1).....	65
3.4.2	Analisis Konsumen atas Harga (X_2).....	70
3.4.3	Analisis Konsumen atas Minat Beli (Y).....	73
3.5	Model Regresi Linier Berganda.....	81
3.5.1	Uji Asumsi Model Linier.....	84
3.5.2	Uji Simultan	90
3.5.3	Uji Parsial	91
3.5.4	Pembahasan dan Hasil	93
BAB 4		98
4.1	Kesimpulan	98
4.2	Rekomendasi.....	98
4.3	Implikasi.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....		102
LAMPIRAN		105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Operasional Variabel.....	39
Tabel 2.2 Kategori Nilai Interval pada Analisis Deskriptif	46
Tabel 3.1 Domisili Responden.....	59
Tabel 3.2 Profil Responden Keseluruhan	60
Tabel 3.3 Hasil Tabulasi Silang Lamanya Menjadi Penggemar BTS dengan Jumlah Pembelian Album BTS	61
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Produk	62
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	63
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	63
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 3. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Produk Dimensi Desain	65
Tabel 3.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Produk Dimensi Kualitas	67
Tabel 3.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Produk Dimensi Variasi	68
Tabel 3.11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga Dimensi Keterjangkauan Harga	70
Tabel 3.12 Hasil Analisis Deskriptif Harga Dimensi Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	71
Tabel 3.13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Dimensi Minat Transaksional	73
Tabel 3.14 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Dimensi Minat Referensial	75
Tabel 3.15 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Dimensi Minat Preferensial	77
Tabel 3.16 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Dimensi Minat Eksploratif.....	79
Tabel 3.17 Hasil Analisis Deskriptif Keseluruhan	80
Tabel 3.18 Tabel Anova.....	82
Tabel 3.19 Tabel Coefficient.....	83

Tabel 3.20	Tabel Model Summary	83
Tabel 3.21	Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	87
Tabel 3.22	Hasil Uji Multikolinearitas	88
Tabel 3.23	Hasil Uji F.....	90
Tabel 3.24	Hasil Uji T	91
Tabel 3.25	Hasil Koefisien Determinasi.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	20 Negara Teratas Berdasarkan Jumlah Tweet.....	2
Gambar 1.2	Hasil Negara Paling Banyak Penggemar K-Pop Berdasarkan Jumlah Penayangan Youtube Tahun 2019	3
Gambar 1.3	Photogroup BTS	10
Gambar 1.4	BTS Memenangkan Penghargaan di MAMA Awards 2019	10
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	15
Gambar 2.2	Model Penelitian.....	39
Gambar 3.1	Beberapa Album BTS yang Memiliki 4 Versi	55
Gambar 3.2	Photobook Beberapa Album BTS	56
Gambar 3.3	CD Album BTS	57
Gambar 3.4	Photocard Beberapa Album	58
Gambar 3.5	Merchandise Beberapa Album BTS	59
Gambar 3.6	Hasil Histogram Uji Normalitas.....	85
Gambar 3.7	Hasil P-Plot Uji Normalitas	86
Gambar 3.8	Hasil Scatterplot Uji Heterokedastisitas	89

DAFTAR LAMPIRAN

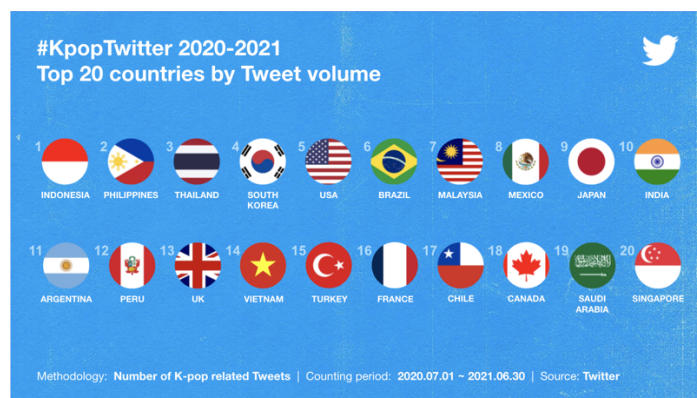
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	105
Lampiran 2 Hasil <i>Output</i> SPSS	120

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya Korea Selatan (selanjutnya akan ditulis sebagai budaya Korea) sedang mengalami kenaikan yang pesat khususnya dalam dunia Korean Pop selama dua dekade terakhir. Keberadaan budaya Korea menimbulkan antusiasme masyarakat sehingga menghasilkan sebutan “Korean Wave”. Korean Wave identik dengan musik Korean Pop, drama Korea, dan *variety show* yang dibuat dengan menarik sehingga memiliki ketertarikan tersendiri yang disukai banyak orang. Akhir-akhir ini, perkembangan budaya Korea dialami dengan K-Pop yang mengalami kenaikan yang pesat. Hal ini dikarenakan adanya perkembangan teknologi yang membuat Korean Wave terbentuk di segala penjuru dunia salah satunya Indonesia.

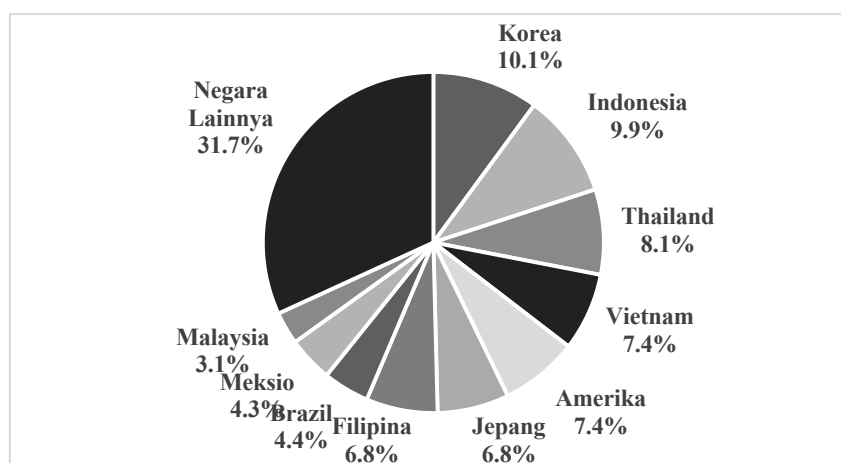


Gambar 1.1
20 Negara Teratas Berdasarkan Jumlah Tweet

Sumber: https://blog.twitter.com/en_us/topics/insights/2021/kpop-sets-another-record-on-twitter-with-7-billion-tweets-in-a-year (diakses 10 Maret 2022)

Berdasarkan Gambar 1.1 yang merupakan hasil analisis Twitter, Indonesia menempati peringkat pertama dalam perolehan jumlah penggemar yang menulis mengenai K-Pop di platform media sosial pada tahun 2020-2021. Indonesia menjadi negara yang paling banyak melakukan *tweet* mengenai K-Pop, menandakan bahwa penggemar Indonesia memiliki rasa antusias perihal K-Pop. Dengan itu, berarti penggemar K-Pop Indonesia memiliki potensi minat yang kuat terhadap semua hal yang berkaitan dengan K-Pop.

Perusahaan yang menaungi grup K-Pop memiliki strategi untuk menjaga penggemar internasionalnya agar terus mendukung walaupun dengan jarak yang jauh. Salah satunya dengan menggugah bermacam konten video di Youtube. BLiP melakukan analisis riset data mengenai 10 negara yang memiliki paling banyak penggemar K-Pop berdasarkan jumlah penyangan Youtube pada tahun 2019 dan Indonesia menempati urutan pertama (lihat Gambar 1.2). Hal ini membuktikan bahwa Indonesia telah menjadi sasaran yang tepat bagi dunia permusikan Korea.



Gambar 1.2
Hasil Negara Paling Banyak Penggemar K-Pop Berdasarkan Jumlah
Penayangan Youtube Tahun 2019

Sumber: <https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00269788.html> (diakses 10 maret 2022)

Dibalik penggemar K-Pop yang banyak dan peluang yang besar di Indonesia, di dalamnya terdapat beberapa kelompok penggemar K-Pop yang bermacam-macam dan dari grup yang berbeda-beda. Menurut Ahmad Haidir yang dilansir dari Celebrities.id (2022), penggemar K-Pop terbanyak di Indonesia dipegang oleh penggemar BTS. BTS merupakan *boygroup* asal Korea Selatan pertama yang meraih nomor satu di Billboard *Hot* 100 (Kompas.com, 2020). Dengan popularitasnya, BTS dapat menarik perhatian sehingga munculnya kelompok penggemar BTS yang disebut ARMY. Kelompok penggemar selalu tertarik dengan hal yang berkaitan dengan idola-idola mereka, yaitu seperti album dan *merchandise*. McQuail (Widya, 2018:2) berpendapat bahwa penggemar menginginkan barang yang berkaitan dengan idolanya sebagai salah satu ungkapan dukungan penggemar, yaitu album musik K-Pop salah satunya.

Ibu Kota Jakarta dan Bandung merupakan dua kota di Indonesia yang sering menjadi perhatian khusus bagi perusahaan yang menanggung BTS dalam melakukan strategi penjualan perusahaan untuk menarik perhatian para penggemar BTS di Indonesia. Dilihat dari penyelenggaraan lokasi *Live Viewing* konser BTS *Permission To Dance On Stage: Seoul* di Indonesia yang hanya diselenggarakan di Jakarta dan Bandung. Sehingga, hal ini menjadi ketertarikan penulis dalam penelitian ini untuk diteliti lebih mendalam khususnya mengenai “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Album BTS”.

1.2 Identifikasi Permasalahan

Jakarta dan Bandung menjadi peluang pasar yang tinggi dengan dilihat segala jenis barang yang berkaitan dengan grup BTS terjual laku di pasaran, khususnya album original BTS. BTS merilis album original dengan banyak jenis dan memiliki keunikan tersendiri. Dengan dijualnya album-album original BTS menandakan bahwa terdapat minat beli yang sangat besar dari penggemar kepada musik BTS. Produk dan harga menjadi faktor yang akan memengaruhi minat beli para penggemar BTS terhadap album-album original yang dikeluarkannya.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap minat beli album BTS?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli album BTS?
3. Apakah produk dan persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli album BTS?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang dipaparkan diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui apakah produk berpengaruh terhadap minat beli album BTS.
2. Mengetahui apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli album BTS.
3. Mengetahui apakah produk dan persepsi harga berpengaruh secara terhadap minat beli album BTS.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan serta memperluas pengetahuan penulis di bidang manajemen pemasaran yang telah dipelajari sebelumnya untuk diaplikasikan pada pemahaman tentang suatu produk dan persepsi harga yang mempengaruhi minat beli.

Bagi industri musik Indonesia, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan yang positif, acuan, dan pengetahuan dalam melakukan strategi pemasaran terhadap industri musik Indonesia agar lebih menarik perhatian penggemar.

Serta bagi keilmuan dan pihak lain dapat memberikan referensi penulisan serta dapat digunakan sebagai perbandingan mengenai teori-teori manajemen pemasaran mengenai bauran pemasaran (*marketing mix*) dan minat beli yang telah di pelajari penulis selama di bangku kuliah yang nantinya dapat

diaplikasikan dalam dunia nyata.

1.5 Objek Penelitian

BTS adalah *boygroup* asal Korea Selatan yang telah meraih berbagai macam rekor, salah satunya dalam penjualan album. Sebagaimana yang telah dikenal sebagai BTS, namun sebenarnya nama BTS berasal dari bahasa Korea yaitu 방탄소년단 (Bangtan Sonyeondan). BTS yang beranggotakan tujuh orang ini berada di bawah naungan Hybe Corporation yang mendebutkannya sebagai idol Korea pada bulan Juli tahun 2013. Menurut Databoks, BTS menjadi musisi K-Pop dengan penjualan album fisik terbanyak yaitu sebesar 32,17 juta kopi album sejak pertama kali debut mereka pada tahun 2013.

Tidak hanya mencetak rekor, BTS mendapatkan banyak penghargaan khususnya dalam perolehan penghargaan album yang didapat dari ajang penghargaan di Korea maupun di luar Korea. Berikut hasil yang diumumkan dari Wikipedia mengenai rekor dan nominasi yang didapatkan BTS mengenai album sebagai pencapaian yang besar bagi musisi dari Korea :

- Rekor Dunia
 1. Musisi Korea pertama yang mencapai No.1 di *chart* album Billboard 200 pada tahun 2018.
 2. Album terlaris di Korea Selatan (Album Map of the Soul: Persona) pada tahun 2019.
 3. Album terlaris di Korea Selatan (Album Map of the Soul: 7) pada tahun 2020.

- Penghargaan

1. Ajang Penghargaan Mnet Asian Music Awards (MAMA)

- *Album of the year* (Album Love Yourself: Tear) pada tahun 2018.
- *Album of the Year* (Album Map of the Soul: Persona) pada tahun 2019.
- *Album of the Year* (Album Map of the Soul: 7) pada tahun 2020.
- *Album of the Year* (Album Be) pada tahun 2021.

2. Ajang Penghargaan Melon Music Awards (MMA)

- *Album of the Year* (Album The Most Beautiful Moment in Life: Young Forever) pada tahun 2016.
- *Album of the Year* (Album Love Yourself: Tear) pada tahun 2018.
- *Album of the Year* (Album Map of the Soul: Persona) pada tahun 2019.
- *Album of the Year* (Album Map of the Soul: 7) pada tahun 2020.

3. Ajang Penghargaan Seoul Music Awards

- *Album of the Year* (Album Wings) pada tahun 2017.
- *Album of the Year* (Album Love Yourself: Tear) pada tahun 2019.
- *Album Daesang* (Album Map of the Soul: Persona) pada tahun 2020.
- *Best Album* (Album Map of the Soul: 7) pada tahun 2021.

4. Ajang Penghargaan Soompi Awards

- *Album of the Year* (Album Wings) pada tahun 2017.
- *Album of the Year* (Album You Never Walk Alone) pada tahun 2018.
- *Album of the Year* (Album Love Yourself: Answer) pada tahun 2019.

5. Ajang Penghargaan Gaon Chart Music Awards

- *Album of the Year 4th Quarter* (Album Wings) pada tahun 2017.

- *Album of the Year 1st Quarter* (Album You Never Walk Alone) pada tahun 2018.
 - *Album of the Year 3rd Quarter* (Album Love Yourself: Her) pada tahun 2018.
 - *Album of the Year 2nd Quarter* (Album Love Yourself: Tear) pada tahun 2019.
 - *Album of the Year 3rd Quarter* (Album Love Yourself: Answer) pada tahun 2019.
 - *Album of the Year 2nd Quarter* (Album Map of the Soul: Persona) tahun 2020.
 - *Retail Album of the Year* (Album Map of the Soul: Persona) pada tahun 2020.
 - *Album of the Year 1st Quarter* (album Map of the Soul: 7) pada tahun 2021.
 - *Album of the Year 4th Quarter* (Album Be) pada tahun 2021.
 - *Retail Album of the Year* (Album Map of the Soul: 7) pada tahun 2021.
 - *Album of the Year 3rd Quarter* (Album Butter) pada tahun 2022.
 - *Retail Album of the Year* (Album Butter) pada tahun 2022.
6. Ajang Penghargaan Japan Gold Disc Awards
- *Best 3 Albums* (Album Youth) pada tahun 2017.
 - *Album of the Year* (Album Face Yourself) pada tahun 2019.
 - *Best 3 Albums* (Album Face Yourself) pada tahun 2019.
 - *Best 3 Albums* (Album Love Yourslef: Answer) pada tahun 2019.

- *Album of the Year* (Album Map of the Soul: 7 – The Journey) pada tahun 2021.
 - *Best 3 Albums* (Album Map of the Soul: 7 – The Journey) pada tahun 2021.
 - *Best 3 Albums* (Album Map of the Soul: 7) pada tahun 2021.
 - *Best 3 Albums* (Album BTS, the Best) pada tahun 2022.
 - *Album of the Year* (Album BTS, the Best) pada tahun 2022.
7. Ajang Penghargaan Genie Music Awards
- *Album of the Year* (Album Love Yourself: Answer) pada tahun 2018.
 - *Album of the Year* (Album Map of the Souk: 7) pada tahun 2020.
8. Ajang penghargaan Korea Popular Music Awards mendapatkan penghargaan *Best Album of the Year* (Album Love Yourself: Answer) pada tahun 2018.
9. Ajang Penghargaan The Fact Music Awards mendapatkan penghargaan *Best Album* (Album Love Yourself: Answer) pada tahun 2019.
10. Ajang Penghargaan Gaffa-Prisen
- *Best International Album* (Album Love Yourself: Answer) pada tahun 2019.
 - *Best International Album* (Album Map of the Soul: 7) pada tahun 2021.
11. Ajang penghargaan E! People's Choise Awards mendapatkan penghargaan *The Album of 2020* (Album Map of the Soul: 7) pada tahun 2020.
12. Ajang Penghargaan IFPI Awards
- *Global Album All Format Album Award* (Album Map of the Soul: 7)

pada tahun 2020.

- *Global Album Sales Awards* (Album Map of the Soul: 7) pada tahun 2020.

13. Ajang Penghargaan Golden Disc Awards

- *Album of the Year* (Album Map of the Soul: 7) pada tahun 2021.
- *Best Album* (Album Map of the Soul: 7) pada tahun 2021.
- *Album of the Year* (Album Be) pada tahun 2022.
- *Best Album* (Album Be) pada tahun 2022.



Gambar 1.3
***Photogroup* BTS**

Sumber: Pinterest



Gambar 1.4
BTS Memenangkan Penghargaan di MAMA Awards 2019

Sumber: Soompi

BTS beranggotakan 7 orang yang terdiri dari RM, Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V, dan Jungkook (lihat Gambar 1.3). Ketujuh anggota BTS sama-sama

memiliki kewarganegaraan Korea Selatan yang menurut Tri Lirts (dalam artikel yoursay,id <https://shorturl.at/kxzJN> diakses 24 Mei 2022) , mereka menjadi aset negara Korea Selatan karena BTS berkontribusi lebih dari Rp52,9 triliun per tahunnya untuk perekonomian Korea Selatan. Menurut Kurnia Siswoko (dalam artikel Hallo Lifestyle <https://shorturl.at/wGQ05> diakses 24 Mei 2022) BTS mendapatkan rekor sebagai artis yang memperoleh Daesang (penghargaan utama) terbanyak, yaitu sebanyak 64 Daesang yang dimilikinya. Pada Gambar 1.4, BTS memeroleh Daesang di acara penghargaan MAMA tahun 2019.

Melihat banyaknya yang didapat dengan mengonsumsi album BTS, Hybe Co. mengharapkan para penggemar tertarik untuk mengonsumsi album BTS. Terkenalnya BTS di Indonesia, Kota Jakarta dan Kota Bandung merupakan dua kota besar di Indonesia yang sering kali mendapatkan sorotan dari Hybe Co. untuk memasarkan BTS di Indonesia. Selain itu, dilihat dari gaya hidup Kota Jakarta dan Kota Bandung memiliki ketertarikan yang menarik untuk diteliti lebih jauh mengenai minat beli para penggemar BTS terhadap album BTS yang ditawarkan.

Oleh karena itu, objek dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah responden yang akan dijadikan sebagai sampel dari penelitian. Sampel penelitian ini adalah penggemar BTS di Kota Bandung yang sudah pernah membeli minimal satu kali album BTS.

1.6 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih terfokus pada tujuan awal penelitian, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah penggemar BTS berdomisili Jakarta dan Bandung yang sudah membeli album BTS minimal satu kali.
2. Persepsi penggemar terhadap produk dan harga.
Persepsi produk mencakup desain, kualitas, dan variasi produk.