

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN CITRA
MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN PELANGGAN
(STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN INNISFREE)**

Skripsi :

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Maria Angelina Ayu Meiliyani

NPM : 20 03 25323

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

LEMBARA PENGESAHAN

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN CITRA
MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN PELANGGAN
(STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN INNISFREE)**

Disusun oleh :

Maria Angelina Ayu Meiliyani

NPM : 20 03 25323

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing,



Nadia Nila Sari, SE., MBA.

13 Mei 2024

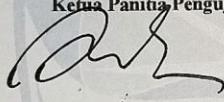
Skripsi
PENGARUH KOREAN WAVE, BRAND AMBASSADOR, DAN CITRA
MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN PELANGGAN
(STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN INNISFREE)

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh
Maria Angelina Ayu Mellyani
NPM : 20 03 25323

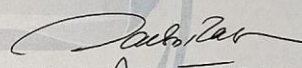
telah dipertahankan didepan Panitia Penguji
pada tanggal 10 Juni 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

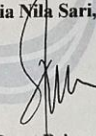
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


(Wenefrida Mahestu N. K., SE., M.Sc.IB, Ph.D)

Anggota Panitia Penguji

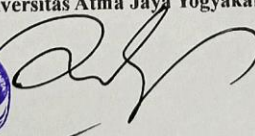

(Nadia Nila Sari, SE., MBA)


(Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.)

Yogyakarta, 18 Juni 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Wenefrida Mahestu, SE., M.Sc.IB, Ph.D.
Noviandara Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN CITRA
MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN PELANGGAN
(STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN INNISFREE)**

Merupakan hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini di dalam catatan dan daftar pustaka. Apabila kemudia hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagai atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Mei 2024

Yang menyatakan,



Maria Angelina Ayu Meiliyani

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya yang berlimpah sehingga dapat menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir dengan judul “Pengaruh *Korean Wave*, *Brand Ambassador*, dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Pelanggan (Studi Pada Produk Kecantikan Innisfree).” Tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dengan terselesaikannya penelitian ini, terdapat beberapa pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu juga memberi dukungan dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih terhadap beberapa pihak yang telah membantu, membimbing, dan memberi dukungan dalam proses penyusunan skripsi, antara lain :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
2. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA selaku dosen pembimbing yang sudah sabar dan dapat meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam mengerjakan skripsi sehingga bisa terselesaikan dengan baik.
3. Kepada kedua orang tua, Martinus Tugiyanto dan Maria Ni Wayan Eligia Wartini juga kakak – kakak peneliti Aloysia Ni Luh Ika Meiliyana dan Antonius Bagus Edwar Oktavianto yang selalu memberi dukungan dalam segala hal demi keberhasilan peneliti.
4. Seluruh dosen, karyawan, dan staff dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan berbagai ilmu sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan perkuliahan secara tepat waktu.
5. Semua teman – teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik.

6. Semua pihak yang berhubungan dengan penulisan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu oleh penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak sempurna. Sehingga, apabila terdapat kritik dan saran yang membangun untuk penelitian ini dengan tujuan agar dapat lebih sempurna akan diterima dengan baik. Peneliti berharap bahwa penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi seluruh pembaca dan dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Peneliti



Maria Angelina Ayu Meiliyani

MOTTO

“Berbahagialah, hai kamu yang sekarang ini lapar, karena kamu akan dipuaskan.
Berbahagialah, hai kamu yang sekarang ini menangis, karena kamu akan tertawa.”
(Lukas 6 : 21)

Tout ira bien (Semua akan baik baik saja)

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	iii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Literatur.....	13
2.1.1 Korean Wave (Hallyu).....	13
2.1.3 Brand Ambassador.....	15
2.1.3 Citra Merek.....	16
2.1.4 Niat Pembelian	17
2.3. Pengembangan Hipotesis	29
2.3.1. <i>Pengaruh Korean Wave</i> terhadap niat pembelian.	29
2.3.2. <i>Pengaruh brand ambassador</i> terhadap niat pembelian.	30
2.3.3. <i>Pengaruh citra merek</i> terhadap niat pembelian.	31
2.3.4. <i>Pengaruh Korean Wave, brand ambassador, dan citra merek</i> terhadap niat pembelian.....	32
2.4. Kerangka Penelitian.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34

3.1.	Jenis Penelitian	34
3.2.	Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian	35
3.3.	Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1.	Metode Sampling.....	36
3.3.2.	Penentuan Jumlah Sampel	37
3.4.	Metode Pengumpulan Data	37
3.4.1.	Data Primer.....	37
3.4.2.	Data Sekunder	38
3.5.	Definisi Operasional	39
3.6.	Pengukuran Data.....	45
3.7.	Metode Analisis Data.....	45
3.7.1.	Statistik Deskriptif.....	45
3.7.2.	Pengujian Instrumen.....	46
3.7.3.	Uji Regresi Linear Berganda	49
3.7.4.	Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>) (R^2).....	49
3.7.5.	Uji F	50
3.7.6.	Uji t.....	50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		52
4.1.	Hasil Statistika Deskriptif.....	52
4.1.1.	Hasil Analisis Responden Berdasarkan Pertanyaan Filter.....	52
4.1.2.	Hasil Analisis Responden Berdasarkan Demografi.....	54
4.1.3.	Hasil Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Variabel.....	56
4.2.	Hasil Analisis Data.....	63
4.2.1.	Regresi Linier Berganda	63
4.2.2.	Koefisien Determinasi	64
4.2.3.	Uji F	64
4.2.4.	Uji T	65
4.3.	Pembahasan	66
4.3.1.	Pengaruh <i>Korean Wave</i> Terhadap Niat Pembelian.....	66
4.3.2.	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Niat Pembelian.....	67
4.3.3.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Pembelian.....	67
BAB V PENUTUP.....		69
5.1.	Kesimpulan.....	69
5.2.	Implikasi Manajerial	70

5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	71
5.4.	Saran Penelitian Kedepan	72
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN.....		79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Perusahaan Kosmetik dengan Kapitalisasi Pasar Terbesar di Dunia	3
Gambar 1.2 Popularitas Produk Kecantikan Asal Korea Selatan Pada Tahun 2020 di Seluruh Dunia	4
Gambar 1.3 Produk Kecantikan yang Paling Banyak Dicari Masyarakat Indonesia di Toko Daring pada Tahun 2020	5
Gambar 1.4 Pengumuman Mingyu SEVENTEEN & Wonyoung IVE Sebagai Brand Ambassador Innisfree	7
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	33

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	39
Tabel 3.2 Interval Kelas Pada Tiap Variabel yang Digunakan.....	46
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.1 Pertanyaan Filter Pertama	53
Tabel 4.2 Pertanyaan Filter Dua.....	53
Tabel 4.3 Pertanyaan Filter Tiga	54
Tabel 4.4 Demografi Responden.....	55
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Korean Wave</i>	56
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Brand Ambassador</i>	58
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Responden Variabel Citra Merek	61
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Responden Variabel Niat Pembelian.....	62
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linear Pengaruh <i>Korean Wave</i> , <i>Brand Ambassador</i> , dan Citra Merek terhadap Niat Pembelian.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Google Form	79
Lampiran 2 Hasil Pengisian Google Form.....	91
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	108
Lampiran 4 Hasil SPSS Regresi Linear Berganda.....	115
Lampiran 5 Jurnal Utama.....	117

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN CITRA
MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN PELANGGAN
(STUDI PADA PRODUK KECANTIKAN INNISFREE)**

Disusun oleh :

Maria Angelina Ayu Meiliyani

NPM : 20 03 25323

Pembimbing

Nadia Nila Sari, SE., MBA.

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *Korean Wave*, *brand ambassador*, dan citra merek terhadap niat pembelian pelanggan pada produk Innisfree. Untuk total keseluruhan responden terdapat 170 responden namun untuk responden yang memenuhi kriteria adalah sebanyak 155 responden. Beberapa kriteria yaitu responden berumur 17 tahun ke atas, mengikuti tren gelombang budaya populer Korea (*Korean Wave*), mengetahui dan pernah membeli produk asal Korea Selatan minimal 1 kali, pernah mengetahui *Idol* Korea Mingyu SEVENTEEN dan Wonyoung IVE, juga pernah melihat *Idol* tersebut sebagai *brand ambassador* Innisfree. Untuk teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan skala *likert* 5 poin dengan *platform* Google Form. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui WhatsApp, Line, dan Instagram.

Analisis dilakukan dengan alat SPSS dengan uji analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda, dapat diketahui bahwa variabel *Korean Wave* dan citra merek berpengaruh positif terhadap niat pembelian

konsumen pada produk Innisfree. Namun, untuk variabel *brand ambassador* memiliki pengaruh yang negatif terhadap niat pembelian pelanggan pada produk Innisfree.

Kata Kunci : *Korean Wave, brand ambassador, citra merek, niat pembelian*