



**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *BEAUTY INFLUENCER*, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KECANTIKAN ASAL KOREA SELATAN
(Studi kasus pada Brand InnisFree di Jakarta)**

SKRIPSI

MUTIARA ANGELIKA 1910111156

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**



**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *BEAUTY INFLUENCER*, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KECANTIKAN ASAL KOREA SELATAN
(Studi kasus pada Brand InnisFree di Jakarta)**

SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

MUTIARA ANGELIKA 1910111156

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Mutiara Angelika

NIM : 1910111156

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 08 Desember 2022

Yang menyatakan,



Mutiara Angelika

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Mutiara Angelika

NIM : 1910111156

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Right) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh *country of origin, beauty influencer*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kecantikan asal Korea Selatan (Studi kasus pada Brand InnisFree di Jakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : DKI Jakarta

Pada tanggal : 08 Desember 2022



Mutiara Angelika

SKRIPSI

**PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, BEAUTY INFLUENCER, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KECANTIKAN ASAL KOREA SELATAN**

(Studi kasus pada Brand InnisFree di Jakarta)

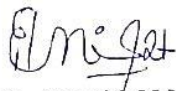
Dipersiapkan dan disusun oleh :

Mutiara Angelika 1910111156

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 21 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Yuliniar, S.E., M.M
Ketua Penguji



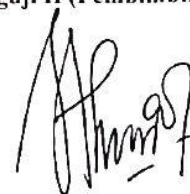
Dra. Heni Nastiti, M.M
Penguji I



Dienni Ruhjatini Sholihah S.E., M.M
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakshi Ariesttiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidavati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 21 Desember 2022

***THE INFLUENCER COUNTRY OF ORIGIN, BEAUTY INFLUENCER,
AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS
FOR BEAUTY PRODUCTS FROM SOUTH KOREA (CASE STUDY ON
BRAND INNISFREE IN JAKARTA)***

By Mutiara Angelika

Abstract

The formulation of the problem is to know how the influence of country of origin, beauty influencer and product quality against the purchase decision of InnisFree's products. From the results of the research can be known responses of respondents about country of origin, beauty influencer and product quality can be said quite well which resulted in good decisions purchase of InnisFree's product. The type of research conducted is quantitative research. This research is quantitative with primary data sources. The targeted populations are people who had used or are using the InnisFree's product and follow several influencers on social media. The sample used is 100 respondents. The sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling method. The data collection that's used for this research was spreading out an online questionnaire using Google Form and broadcast it through line, WhatsApp and Instagram. This study uses the SEM method with the software used is SmartPls 3.0. This research resulted to, country of origin has a positive and significant effect on purchasing decisions with an original sample value of 0.320 and probability value of 0.000. Beauty influencer has a positive but doesn't significantly effect the purchasing decisions with an original value of 0.189 and probability value of 0.056. Lastly, product quality has a positive value and significant effect on purchasing decisions with an original sample value of 0.472 and probability value of 0.000.

Keywords : Country of origin, beauty influencer, product quality

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *BEAUTY INFLUENCER*, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KECANTIKAN ASAL KOREA SELATAN
(Studi kasus pada Brand InnisFree di Jakarta)**

Oleh Mutiara Angelika

Abstrak

Rumusan masalah pada penelitian ini berguna untuk mengetahui bagaimana pengaruh negara asal (COO), *beauty influencer*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk InnisFree. Dari hasil penelitian dapat diketahui tanggapan responden mengenai negara asal (COO), *beauty influencer* dan kualitas produk dapat dikatakan cukup baik sehingga menghasilkan keputusan pembelian produk InnisFree yang baik. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan sumber data primer. Populasi sasaran adalah orang-orang yang pernah atau sedang menggunakan produk InnisFree dan mengikuti beberapa *influencer* di media sosial. Sampel yang digunakan adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner online menggunakan Google Form dan disebarikan melalui line, WhatsApp dan Instagram. Penelitian ini menggunakan metode SEM dengan software yang digunakan adalah *SmartPls 3.0*. Penelitian ini menghasilkan bahwa negara asal (COO) berpengaruh sebesar 0,320 positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Beauty influencer* berpengaruh sebesar 0,189 positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, kualitas produk berpengaruh sebesar 0,472 positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun *country of origin*, *beauty influencer*, dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 78,40% sisanya sebesar sebesar 21,60% disebabkan oleh faktor lain di luar model dalam penelitian ini.

Kata kunci : Negara asal, *Beauty influencer*, kualitas produk



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Rabu , tanggal 21 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Mutiara Angellka

No.Pokok Mahasiswa : 1910111156

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Country Of Origin, Beauty Influencer, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Beli Konsumen Produk Kecantikan Asal Korea Selatan (Studi kasus pada Brand InnisFree di Jakarta)
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	1.
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota I	2.
3	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 21 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

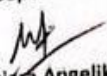
Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang memiliki judul **“PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, BEAUTY INFLUENCER, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN ASAL KOREA SELATAN (Studi kasus pada Brand InnisFree di Jakarta)”** sebagai syarat kelulusan pada Program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Peneliti memperoleh beberapa bantuan baik moril maupun materil selama menyusun proposal skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan kepada peneliti. Adapun pihak-pihak tersebut, yaitu:

1. Ibu Dr. Dianwicakasih Ariefiara selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Ibu Dr. Desmintari, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen S1 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, SE, MM Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan yang bermanfaat kepada peneliti selama menyusun penelitian.
5. Para dosen dan tenaga pendidikan yang telah senantiasa memberikan bimbingan.
6. Kedua orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada peneliti.
7. Salwa Callula Ardesya, Alifia Maharani, Alraflianza Rakhmandita, Salma Diva Putri Resa, dan seluruh teman seperjuangan yang senantiasa selalu memberikan bantuan dan dukungan ketika peneliti menghadapi kesulitan dalam menyusun penelitian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwasannya penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran yang bersifat membangun guna menjadikan penelitian ini lebih baik lagi. Adapun harapan peneliti, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 27 September 2022


Mutiara Angelika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN SAMPUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak.....	vii
Lembar BAC.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	12i
DAFTAR TABEL	13i
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I PENDAHULUAN.....	14
I.2 Rumusan Masalah	8
I.3 Tujuan	8
I.4 Manfaat	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Landasan Teori	10
II.1.1 Pemasaran	10
II.1.2 Keputusan beli	11
II.1.2 Country of origin (COO)	14
II.1.3 Beauty influencer	15
II.1.4 Kualitas produk.....	17
II.2 Penelitian Terdahulu.....	19
II.3 Model Penelitian.....	26
II. 4 Pengaruh Variabel	27
II.4.1 Pengaruh <i>country of origin</i> terhadap keputusan beli	27
II.4.2 Pengaruh <i>beauty influencer</i> terhadap keputusan beli.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
III.1.1 Definisi Operasional	29
III.1.2 Pengukuran Variabel	30

III.2 Penetapan data populasi dan sampel	33
III.2.1 Populasi	33
III.2.2 Sampel	33
III.3 Teknik Pengumpulan Data	34
III.3.1 Jenis Data	34
III.3.2 Sumber Data	35
III.3.3 Pengumpulan Data	35
III.4 Teknik Analisis Data	38
III.4.1 Teknik Uji Analisis	38
III.4.2 Teknik Analisis Deskriptif	38
III.4.3 Teknik Analisis Inferensial	40
III.4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
III.4.6 Uji Hipotesis	46
Uji Parsial atau uji t	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
IV.1 Deskripsi objek penelitian	48
IV.2 Deskripsi data penelitian	49
IV.2.1 Deskripsi data responden	49
IV.2.2 Analisis data deskriptif	51
IV.3 Analisis data dan Uji Hipotesis	56
IV.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
V.1 Simpulan	72
V.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	75
LAMPIRAN	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Indonesia GDP <i>Growth Forecast</i> (2022)	1
Gambar 2. Grafik summary penjualan (pcs)	2
Gambar 3. Brand paling terkenal dikalangan K-Popers (2022).....	3
Gambar 4. " <i>Most-Used Social Media Platform</i> " bulan Januari 2021	7
Gambar 5. Tahapan SmartPLS	42
Gambar 6. Inner Model	43
Gambar 7. Outer Model	44
Gambar 8. Diagram Jalur	45
Gambar 9. Logo Innisfree	49
Gambar 10 Menurut Jenis Kelamin	51
Gambar 11 Menurut Usia.....	51
Gambar 12 Menurut domisili	52
Gambar 13 Outer Model	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	24
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 3. Pilihan Jawaban Skala Likert.....	37
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	37
Tabel 5. Intepretasi nilai indeks	41
Tabel 6 Interpretasi Nilai indeks Responden	54
Tabel 7 Hasil Jawaban Responden Terhadap country of origin	54
Tabel 8 Hasil Jawaban Responden Terhadap Beauty Influencer.....	55
Tabel 9 Hasil Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk	56
Tabel 10 Hasil Jawaban Responden Terhadap Keputusan beli	57
Tabel 11 Outer Loading	60
Tabel 12 Average Variance Extracted (AVE)	61
Tabel 13 Cross Loading	62
Tabel 14 Composite Reliability	63
Tabel 15 cronbach's alpha	64
Tabel 16 R-square	65
Tabel 17 Q-square.....	66
Tabel 18 Uji t	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian terdahulu	76
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	79
Lampiran 3 Data kuisisioner 100 responden	84
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data	94
Lampiran 5 Hasil deskripsi data penelitian.....	95
Lampiran 6 Hasil Outer Model PLS	97
Lampiran 7 Hasil output model PLS	98