



**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *BRAND AMBASSADOR* DAN  
*BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK COSRX**

**SKRIPSI**

**PRIASTUTI 1910111035**

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

**2022**



**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *BRAND AMBASSADOR* DAN  
*BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK COSRX**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**PRIASTUTI 1910111035**

**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 yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Priastuti

NIM. : 1910111035

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

Jakarta, 09 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Priastuti)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Priastuti  
NIM. : 1910111035  
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

***Pengaruh Korean Wave, Brand Abassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk COSRX***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : Jakarta

Pada tanggal : 12 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Priastuti)

**SKRIPSI**

**PENGARUH KOREAN WAVE, BRAND AMBASSADOR DAN  
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK COSRX**

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**Priastuti 1910111035**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada Tanggal : 19 Desember 2022  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



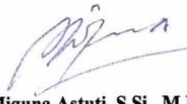
**Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E, M.Si**  
Ketua Penguji



**Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M**  
Penguji 1



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS**  
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



**Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., CPM**  
Penguji II (Pembimbing)



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

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 19 Desember 2022

***The Influence of Korean Wave, Brand Ambassador and Brand Image on  
Purchasing Decisions on COSRX Products***

By Priastuti

*Abstract*

*Based on data obtained from the Shopee E-Commerce site, COSRX Indonesia Official Shop there are still many consumers who give ratings below five. These data can be interpreted that alternative considerations of the COSRX product are still lacking. So it is assumed that there is a purchase decision problem on COSRX products. Therefore, this study aims to determine the effect of the Korean wave, brand ambassadors and brand image on purchasing decisions. This research is a quantitative study that aims to determine the effect of the Korean wave, brand ambassador and brand image on purchasing decisions on COSRX products. This study uses some of the consumers of COSRX products in the South Jakarta area as a sample. The selection of some consumers of COSRX products in the South Jakarta area was carried out using several specific criteria, namely aged  $\geq 14$  years, people who live in the South Jakarta area and people who have bought or used COSRX products with an acceptable sample size of 148 respondents. Testing the hypothesis in this study using Multiple Linear Regression Analysis with the SmartPLS program and a significance level of 5% (0.05). The results of the test obtained (1) there is a significant influence between the Korean wave on purchasing decisions, (2) there is a significant influence between brand ambassadors on purchasing decisions, (3) there is a significant influence between brand image on purchasing decisions.*

***Keywords*** : korean wave, brand ambassador, brand image, purchasing decisions.

# **Pengaruh *Korean Wave*, *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk COSRX**

**Oleh Priastuti**

## **Abstrak**

Berdasarkan data yang diperoleh dari situs *E-Commerce* Shopee, COSRX Indonesia Official Shop masih banyak konsumen yang memberikan penilaian dibawah lima. Data tersebut dapat diartikan bahwa alternatif pertimbangan dari produk COSRX itu masih kurang. Maka diasumsikan terdapat masalah keputusan pembelian pada produk COSRX. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *korean wave*, *brand ambassador* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *korean wave*, *brand ambassador* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada produk COSRX. Penelitian ini menggunakan sebagian dari konsumen produk COSRX di wilayah Jakarta Selatan sebagai sampel. Pemilihan sebagian dari konsumen produk COSRX di wilayah Jakarta Selatan dilakukan dengan menggunakan beberapa kriteria khusus yaitu berusia  $\geq 14$  tahun, masyarakat yang berdomisili di wilayah Jakarta Selatan dan masyarakat yang pernah membeli atau menggunakan produk COSRX dengan jumlah sampel yang dapat diterima yaitu 148 responden. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan program SmartPLS dan tingkat signifikansi 5% (0,05). Hasil dari pengujian diperoleh (1) terdapat pengaruh signifikan antara *korean wave* terhadap keputusan pembelian, (2) terdapat pengaruh signifikan antara *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian, (3) terdapat pengaruh signifikan antara *brand image* terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci** : *korean wave*, *brand ambassador*, *brand image*, dan keputusan pembelian.



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](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023**

Hari ini Senin , tanggal 19 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Priastuti

No.Pokok Mahasiswa : 1910111035

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Korean Wave, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk COSRX**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Manggarani, SE, M.Si	Ketua	1. ....
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota I	2. ....
3	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM.,CPM	Anggota II **)	3. ....

Keterangan :

- \*) Ceret yang tidak perlu
- \*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Desember 2022  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprosdi. Manajemen S.1

*Siti Hidayat, SE, MM.*  
Siti Hidayat, SE, MM.



## **PRAKATA**

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga proposal skripsi dengan judul “Pengaruh *Korean Wave*, *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk COSRX” dapat diselesaikan. Maka dari itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, C.A.,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Desmintari, S.E.,M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen, serta Ibu Siti Hidayati,SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana. Penulis juga berterima kasih kepada Ibu Dr. Miguna Astuti,S.Si.,MM., MOS., CPM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing serta memberi saran yang bermanfaat untuk penelitian ini, dan rasa terima kasih penulis untuk seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama dalam perkuliahan.

Dan tidak lupa, ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Raharjo dan Ibu Jatinah selaku kedua orang tua dan Junaedi Prasetyo, Yuli Triyono, serta Yuli Heriyanto selaku kakak penulis. Penulis juga berterima kasih kepada sahabat yang telah menemani penulis sejak masa sekolah, Aulia, Putri, Nabila, Lili dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Teman-teman lain juga yang selalu menyemangati dan membantu selama di bangku kuliah Elsa dan Adinda serta seluruh teman – teman S1 Manajemen 2019 yang tidak dapat penulis ucapkan satu per satu. Terima kasih juga penulis ucapkan untuk BTS yang telah menemani selama masa penulisan penelitian ini. Terakhir penulis ucapkan terima kasih untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan sampai saat ini. Penulis berharap adanya saran dan masukan untuk proposal skripsi ini dan semoga bermanfaat.

Jakarta, Desember 2022

Priastuti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Hasil Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1. Landasan Teori .....	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2. Perilaku Konsumen .....	8
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	9
2.1.4. <i>Korean Wave</i> .....	11
2.1.5. <i>Brand Ambassador</i> .....	12
2.1.6. <i>Brand Image</i> .....	13
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	16
2.3. Model Penelitian .....	22
2.3.1. <i>Korean Wave</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2. <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.3. <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.4. Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	25

3.1.1.	Definisi Operasional.....	25
3.1.2.	Pengukuran Variabel .....	26
3.2.	Penentuan Populasi dan Sampel.....	27
3.2.1.	Populasi .....	27
3.2.2.	Sampel.....	27
3.3.	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.3.1.	Jenis Data .....	30
3.3.2.	Sumber Data.....	30
3.3.3.	Pengumpulan Data .....	30
3.4.	Teknik Analisis Data.....	33
3.4.1.	Analisis Deskriptif.....	33
3.4.2.	Analisis Inferensial.....	33
3.4.3.	Uji Validitas .....	38
3.4.4.	Uji Reliabilitas.....	39
3.4.5.	Pengujian Hipotesis ( <i>Resampling Bootstrapping</i> ) .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>41</b>
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.2.	Deskripsi Data Penelitian .....	43
4.2.1.	Deskriptif Data Responden .....	43
4.2.2.	Analisis Data Deskriptif .....	46
4.3.	Uji Hipotesis dan Analisis.....	51
4.3.1.	Uji Validitas .....	52
4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	58
4.3.3.	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	59
4.4.	Pembahasan .....	62
4.4.1.	Pengaruh <i>Korean Wave</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.4.2.	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.4.3.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.5.	Keterbatasan Penelitian .....	66
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>66</b>
5.1.	Simpulan.....	67
5.2.	Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>70</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Asal Negara Produk Kecantikan Yang Disukai Wanita Indonesia .....	2
Tabel 2. Brand Skincare Korea Terpopuler di Indonesia .....	3
Tabel 3. Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 4. Pengukuran Variabel .....	27
Tabel 5. Skala <i>Likert</i> .....	31
Tabel 6. Kisi-Kisi Instrumen .....	31
Tabel 11. Penelitian Jawaban Kuesioner .....	46
Tabel 12. Interpretasi Nilai Indeks Jawaban Responden .....	47
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Korean wave</i> .....	48
Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Ambassador</i> .	49
Tabel 15. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .....	50
Tabel 16 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 17. Hasil <i>Outer Model</i> .....	54
Tabel 18. Hasil <i>Outer Model</i> Setelah Re-estimasi .....	55
Tabel 19. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	56
Tabel 20. <i>Cross Loading</i> .....	57
Tabel 21. <i>Variance Inflation Factor</i> .....	58
Tabel 22. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Croanbach's Alpha</i> .....	58
Tabel 23. Nilai <i>Outer Weights</i> .....	59
Tabel 24. Nilai <i>R Square</i> .....	60
Tabel 25. Nilai <i>Q Square</i> .....	60
Tabel 26. Koefisien Jalur .....	61
Tabel 27. Hasil uji <i>t-statistic</i> .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Review</i> Produk COSRX Pada <i>E-Commerce</i> Shopee.....	4
Gambar 2. Model Penelitian .....	24
Gambar 3. Hasil Perhitungan Jumlah Minimal Sampel.....	29
Gambar 4. Langkah - Langkah PLS.....	34
Gambar 5. Rancangan Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	35
Gambar 6. Rancangan Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	36
Gambar 7. Diagram Jalur .....	36
Gambar 8. Jenis Kelamin Responden .....	43
Gambar 9. Usia Responden.....	44
Gambar 10. Pekerjaan Responden .....	45
Gambar 11. Sumber Informasi Responden .....	45
Gambar 12. <i>Outer Model</i> .....	53
Gambar 13. <i>Outer Model</i> Setelah Re-estimasi.....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2. Data Kuesioner Dari 148 Responden .....	82
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden .....	98
Lampiran 4. Hasil Analisis Data Deskriptif.....	100
Lampiran 5. Hasil Pengolahan Data.....	102