



**PENGARUH *MARKETING MIX 4P* DAN *KOREAN WAVE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE***

NATURE REPUBLIC

(Studi Kasus Pada Konsumen Nature Republic di DKI Jakarta)

SKRIPSI

ILHAM OKTARIO REYNALDI

2010111184

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2023



**PENGARUH *MARKETING MIX 4P* DAN *KOREAN WAVE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE*
NATURE REPUBLIC**

(Studi Kasus Pada Konsumen Nature Republic di DKI Jakarta)

SKRIPSI

ILHAM OKTARIO REYNALDI

2010111184

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ilham Oktario Reynaldi

NIM : 2010111184

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

Jakarta, 20 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Ilham Oktario Reynaldi)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Ilham Oktario Reynaldi
NIM : 2010111184
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 Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Marketing Mix 4P dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian
Skincare Nature Republic**

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 : 20 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Ilham Oktario Reynaldi)

SKRIPSI

**Pengaruh Marketing Mix 4P dan Korean Wave
Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Nature Republic
*Dipersiapkan dan disusun oleh :***

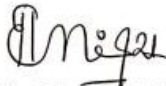
ILHAM OKTARIO REYNALDI 2010111184

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 20 Desember 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Suharyati, S.E., M.M.

Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, M.M.

Penguji I



Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM.

Dekan



Siti Hidayati, SE., MM.

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal :

***THE INFLUENCE OF MARKETING MIX 4P AND KOREAN WAVE ON
SKINCARE PURCHASE DECISIONS***

NATURE REPUBLIC

(Case Study of Nature Republic Consumers in DKI Jakarta)

By Ilham Oktario Reynaldi

Abstract

This research is quantitative research, aiming to determine the influence of Marketing Mix 4P and Korean Wave on purchasing decisions. Using community objects, there were 96 respondents using Skincare Nature Republic who were in areas in DKI. Jakarta. This research uses the PLS (Partial Least Square) analysis technique with SmartPLS 0.3 software. The results of this research are: (1) The Product variable has a significant positive effect on purchasing decisions (2) The Price variable has a significant positive effect on purchasing decisions (3) The Place variable has a significant positive effect on purchasing decisions. (4) The Promotion variable has a significant positive effect on purchasing decisions. (5) The Korean Wave variable has a significant positive effect on purchasing decisions. It is hoped that Nature Republic can continue to innovate from the Korean wave phenomenon and improve their 4P Marketing Mix in making consumer purchasing decisions.

Keywords: 4P Marketing Mix, Korean Wave, Purchase Decision, Nature Republic

**PENGARUH MARKETING MIX 4P DAN KOREAN WAVE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE
NATURE REPUBLIC**

(Studi Kasus Pada Konsumen Nature Republic di DKI Jakarta)

Oleh Ilham Oktario Reynaldi

Abstrak

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Marketing Mix 4P* dan *Korean Wave* terhadap keputusan pembelian. Menggunakan objek masyarakat berjumlah 96 responden pengguna Skincare Nature Republic yang berada di wilayah di DKI Jakarta. Penelitian ini memakai teknik analisis PLS (Partial Least Square) dengan software SmartPLS 0.3. Hasil penelitian ini yaitu: (1) Variabel *Product* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (2) Variabel *Price* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (3) Variabel *Place* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Variabel *Promotion* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. (5) Variabel *Korean Wave* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Nature Republic diharapkan dapat terus melakukan inovasi dari fenomena Korean wave dan meningkatkan Marketing Mix 4P mereka membuat keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Mix Marketing 4P, Korean Wave, Keputusan Pembelian, Nature Republic



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari ini Rabu, tanggal 20 Desember 2023:
Nama : Ilham Oktario Reynaldi
No.Pokok Mahasiswa : 2010111184
Program : Manajemen S.1

“PENGARUH MARKETING MIX 4P DAN KOREAN WAVE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE NATURE REPUBLIC”

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus**)

Tim Penguji

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

Keterangan:
*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Jakarta,
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, S.E., M.M

PRAKATA

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan usulan penelitian ini dengan judul "Pengaruh *Marketing Mix 4P* dan *Korean Wave* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Nature Republic". Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi proses penyusunan tugas akhir skripsi yang akan diujikan untuk memenuhi syarat penyelesaian masa studi.

Pada kesempatan ini terdapat banyak sekali kekurangan, penulis ucapkan terima kasih kepada pihak yang sudah membantu penyelesaian penelitian ini, yakni:

- 1) Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
- 2) Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM. selaku Kepala Jurusan Manajemen.
- 3) Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana;
- 4) Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran- saran yang bermanfaat;
- 5) Seluruh Dosen dan para tenaga administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
- 6) Teman-teman seperbimbingan yang menjaga kekompakan dengan membantu satu sama lain.

Akhir kata, penulis menyadari dalam penulisan usulan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan menyempurnakan usulan penelitian ini. Penulis juga berharap agar laporan ini dapat menjadi pijakan awal untuk penelitian lebih lanjut.

Jakarta, 20 Desember 2023

Ilham Oktario Reynaldi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
Abstract	vi
Abstrak	vii
LEMBAR BERITA ACARA	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.4 <i>Marketing Mix</i>	14
2.1.5 Korean Wave.....	22
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	24
2.3 Model Penelitian	31
2.4 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.1.1 Definisi Operasional	34

3.1.2	Pengukuran Variabel.....	35
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel.....	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1	Jenis Data	37
3.3.2	Sumber Data.....	37
3.3.3	Pengumpulan Data.....	38
3.4	Teknik Analisis Data	39
3.4.1	Analisis Deskriptif.....	39
3.4.2	Analisis Inferensial	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	50
4.2.1	Deskripsi Data Responden	51
4.2.2	Analisis Data Deskriptif.....	54
4.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	61
4.3.1	Model Pengukuran (Outer Model)	61
4.3.2	Uji Validitas	63
4.3.3	Uji Reliabilitas.....	67
4.3.4	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	68
4.3.5	Uji Hipotesis.....	70
4.4	Pembahasan	73
4.4.1	Pengaruh <i>Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.4.2	Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.4.3	Pengaruh <i>Place</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.4.4	Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.4.5	Pengaruh <i>Korean Wave</i> Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.5	Keterbatasan Penelitian.....	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1	SIMPULAN	79
5.2	SARAN	80
DAFTAR PUSTAKA.....		82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		85

LAMPIRAN 86

DAFTAR TABEL

Table 1. Asal Negara Produk Skincare Yang Disukai di Indonesia	4
Table 2. Skincare Yang Paling Unggul Dengan Brand Ambassador Korea	5
Table 3. Matriks Penelitian Sebelumnya	29
Table 4. Matriks Pengukuran Variabel Penelitian	35
Table 5. Pilihan Jawaban Skala Likert.....	38
Table 6. Kisi-Kisi Pertanyaan dalam Kuesioner Penelitian	38
Table 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Table 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Table 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Table 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Kota.....	54
Table 11. Hasil jawaban responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian	55
Table 12. Hasil jawaban responden Variabel Product	56
Table 13. Hasil jawaban responden Variabel Price	57
Table 14. Hasil jawaban responden Variabel Place.....	58
Table 15. Hasil jawaban responden Variabel Promotion.....	59
Table 16. Hasil jawaban responden Variabel Korean Wave.....	60
Table 17. Outer Loading	64
Table 18. Average Variance Exctracted (AVE)	65
Table 19. Cross Loading	65
Table 20. Composite Reliability	67
Table 21. Cronbach's Alpha.....	68
Table 22. R Square.....	68
Table 23. Q Square	69
Table 24. Hasil Uji T	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Frekuensi Pembelian Produk Skincare di Indonesia	2
Gambar 2. Contoh Promosi Nature Republic.....	7
Gambar 3. Model Penelitian.....	33
Gambar 4. Langkah - Langkah PLS	41
Gambar 5. Rancangan Model Struktural (Inner Model)	42
Gambar 6. Rancangan Model Pengukuran (Outer Model)	42
Gambar 7. Konstruksi Diagram Jalur	43
Gambar 8. Logo Nature Republic.....	49
Gambar 9. Diagram Jalur	62
Gambar 10. Inner Model	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2. Data Kuesioner 96 Responden	91
Lampiran 3. Hasil Data Responden	123
Lampiran 4. Turnitin.....	125