



**PENGARUH *HALLYU WAVE*, *BRAND AMBASSADOR* DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE  
SEDAAP SELECTION KOREAN CHEESE BULDAK PADA  
GENERASI Z DI JAKARTA**

**SKRIPSI**

**MUHAMAD ABDUL AZIZ 2010111250**

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

**2024**



**PENGARUH *HALLYU WAVE*, *BRAND AMBASSADOR* DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE  
SEDAAP SELECTION KOREAN CHEESE BULDAK PADA  
GENERASI Z DI JAKARTA**

**SKRIPSI**

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

**MUHAMAD ABDUL AZIZ 2010111250**

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

**2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhamad Abdul Aziz

NIM : 2010111250

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

Jakarta, 27 September 2023

Yang menyatakan,



(Muhamad Abdul Aziz)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Muhamad Abdul Aziz  
NIM : 2010111250  
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 *Hallyu Wave*, *Brand Ambassador*, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak Pada Generasi Z di Jakarta**

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 : 9 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Muhamad Abdul Aziz)  
NIM. 2010111250

**SKRIPSI**

**PENGARUH HALLYU WAVE, BRAND AMBASSADOR, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP  
SELECTION KOREAN CHEESE BULDAK PADA GENERASI Z DI  
JAKARTA**

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**MUHAMAD ABDUL AZIZ 2010111250**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 22 Desember 2023  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Lina Aryani, SE, MM**

**Ketua Penguji**



**Yuliniy, SE, MM**

**Penguji I**



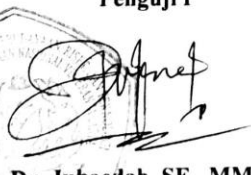
**Rosali Sembiring Colia, SE, MM**

**Penguji II (Pembimbing)**



**Siti Hidayati, SE., MM.**

**Ketua Program Studi**



**Dr. Jubaedah, SE., MM.**

**Dekan**

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Desember 2023

***The Influence of Hallyu Wave, Brand Ambassador, and Brand Image on Purchase Decisions on Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak on Generasi Z at Jakarta***

***By Muhamad Abdul Aziz***

***ABSTRACT***

*Based on data obtained from the Top Brand Award site, Mie Sedaap is in second place after Indomie, which continues to grow consistently every year but has not yet been able to compete with Indomie's market share. These data can be interpreted that alternative considerations of the Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak product are still lacking. So it is assumed that there is a purchase decision of Z generation problem on Mie Sedaap Selection Korean Cheesse Buldak products. Therefore, this study aims to determine the effect of the hallyu wave, brand ambassador, and brand image on purchasing decisions of Z generation on Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak products. This study uses some of the consumers of Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak products in Jakarta area as a sample. The Selection of some consumers of Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak products in Jakarta area was carried out using several specific criteria, people generation 15-26 years old who live in Jakarta area and who have bought or consume Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak products with an acceptable sample size of 100 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 hallyu wave on purchasing decisions, (2) there is no a significant influence between the brand ambassador on purchasing decisions, (3) there is a significant influence between brand image on purchasing decisions.*

***Keywords*** : *hallyu wave, brand ambassador, brand image, purchasing decisions, and generation Z.*

**Pengaruh *Hallyu Wave*, *Brand Ambassador* dan Citra Merek Terhadap  
Keputusan Pembelian Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak Pada  
Generasi Z di Jakarta**

**Oleh Muhamad Abdul Aziz**

**ABSTRAK**

Berdasarkan data yang diperoleh dari situs Top Brand Award, Mie Sedaap berada di posisi kedua setelah Indomie yang terus mengalami peningkatan secara konsisten setiap tahunnya, namun belum mampu menyaingi pangsa pasar Indomie. Data tersebut dapat diartikan bahwa alternatif pertimbangan dari produk Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak itu masih kurang. Maka diasumsikan terdapat masalah keputusan pembelian generasi Z pada produk Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *hallyu wave*, *brand ambassador*, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak pada generasi Z di Jakarta. Penelitian ini menggunakan sebagian dari konsumen produk Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak di wilayah Jakarta sebagai sampel. Pemilihan sebagian dari konsumen produk Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak di wilayah Jakarta dilakukan dengan menggunakan beberapa kriteria khusus, yaitu berusia 15-26 tahun, generasi z yang berdomisili di Jakarta dan pernah membeli atau menggunakan produk Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak dengan jumlah sampel yang dapat diterima yaitu 100 responden. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan program SmartPLS 4.0 dan tingkat signifikansi 5% (0,05). Hasil dari pengujian diperoleh (1) terdapat pengaruh signifikan antara *hallyu wave* terhadap keputusan pembelian, (2) tidak berpengaruh signifikan antara *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian, (3) terdapat pengaruh signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci** : *hallyu wave*, *brand ambassador*, citra merek, keputusan pembelian, dan generasi z.



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 Jumat, 22 Desember 2023:

Nama : Muhamad Abdul Aziz

No.Pokok Mahasiswa : 2010111250

Program : Manajemen S.1

Pengaruh *Hallyu Wave*, *Brand Ambassador*, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak Pada Generasi Z di Jakarta

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

**Tim Penguji**

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lina Aryani, SE, MM	Ketua	1.
2	Yuliniar, SE, MM	Anggota I	2.
3	Rosali Sembiring Colia, SE, MM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 9 Januari 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, S.E., M.M.



## PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga proposal skripsi dengan judul “Pengaruh *Hallyu Wave*, *Brand Ambassador*, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Selection Korean Cheese Buldak Pada Generasi Z di Jakarta” dapat diselesaikan. Maka dari itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., 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 Rosali, SE, MM 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 Sodikin dan Ibu Nuzilah selaku kedua orang tua dan Muchammad Supriyadi, Dwi Alfiah, serta Dian Lestari selaku kakak penulis. Penulis juga berterima kasih kepada sahabat yang telah menemani penulis sejak masa kuliah Hervin, Rey, Riyo dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Teman-teman lain juga yang selalu menyemangati dan membantu selama di bangku kuliah Ikhsan, Jihan, Agyandra, Alya, Trifena serta seluruh teman – teman S1 Manajemen 2020 yang tidak dapat penulis ucapkan satu per satu. Terima kasih juga penulis ucapkan untuk Super Junior 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, 22 September 2023

Muhamad Abdul Aziz

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	iv
PENGESAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
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>Hallyu Wave</i> .....	17
2.1.5 <i>Brand Ambassador</i> .....	18
2.1.6 Citra Merek .....	19
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	21
2.3 Model Penelitian .....	31

2.3.1 Pengaruh <i>Hallyu Wave</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	31
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2.4 Hipotesis .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	35
3.1.1 Definisi Operasional .....	35
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	36
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel .....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.3.1 Jenis Data .....	39
3.3.2 Sumber Data.....	39
3.3.3 Pengumpulan Data .....	39
3.4 Teknik Analisis Data .....	43
3.4.1 Teknik Analisis Deskriptif .....	43
3.4.2 Teknik Analisis Inferential .....	45
3.4.3 Uji Validitas .....	50
3.4.4 Uji Reliabilitas .....	51
3.4.5 Uji Hipotesis .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	54
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	55
4.2.1 Deskripsi Data Responden.....	55
4.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	59
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	64
4.3.1 Uji Validitas .....	64
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	70
4.3.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	71
4.4 Pembahasan.....	75
4.4.1 Pengaruh <i>Hallyu Wave</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	75

4.4.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	77
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
5.1 Simpulan .....	80
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3 Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah negara dengan konsumsi mie instan terbanyak di dunia (Miliar Porsi/Bungkus).....	1
Tabel 2. Top Brand Award Mie Instant Dalam Kemasan Bag .....	3
Tabel 3. Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	36
Tabel 5. Skala Likert .....	40
Tabel 6. Kisi-Kisi Instrumen .....	40
Tabel 7 Urutan Jawaban Responden (Skala Likert).....	44
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks .....	45
Tabel 9. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	51
Tabel 10. Interpretasi Nilai Indeks Responden .....	59
Tabel 11. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Hallyu Wave.....	59
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Ambassador...	60
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	62
Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	63
Tabel 15. Average Variance Extracted (AVE) .....	68
Tabel 16. Cross Loading .....	69
Tabel 17. Variance Inflation Factor (VIF).....	70
Tabel 18. Composite Reliability dan Croanbach's Alpha.....	71
Tabel 19. Nilai R Square .....	71
Tabel 20. Nilai Q Square.....	72
Tabel 21. Koefisien Jalur.....	73
Tabel 22. Hasil Uji t-statistic.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Keputusan Pembelian .....	14
Gambar 2. Model Penelitian .....	34
Gambar 3. Langkah-Langkah PLS.....	46
Gambar 4. Rancangan Model Struktural (Inner Model) .....	47
Gambar 5. Rancangan Model Pengukuran (Outer Model) .....	47
Gambar 6. Diagram Jalur .....	48
Gambar 7. Jenis Kelamin Responden .....	56
Gambar 8. Usia Responden.....	57
Gambar 9. Domisili Responden .....	58
Gambar 10. Outer Model .....	65
Gambar 11. Outer Model Setelah Re-estimasi.....	67

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 Data Kuesioner Dari 100 Responden .....	97
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Data Responden .....	105
Lampiran 4 Hasil Analisis Data Deskriptif .....	107
Lampiran 5 Hasil Pengolahan Data .....	109
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	114