



**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *DIGITAL MARKETING*, DAN *PRICE*
TERHADAP *PURCHASE DECISIONS* ALBUM FISIK K-POP
DI JABODETABEK**

SKRIPSI

NABILA JIHAN SHAKINA

2210111205

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *DIGITAL MARKETING*, DAN *PRICE*
TERHADAP *PURCHASE DECISIONS* ALBUM FISIK K-POP
DI JABODETABEK**

SKRIPSI

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

NABILA JIHAN SHAKINA

2210111205

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Nabila Jihan Shakina

NIM : 2210111205

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

Jakarta, 04 Desember 2025

Yang Menyatakan,



Nabila Jihan Shakina

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nabila Jihan Shakina
NIM : 2210111205
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 Korean Wave, Digital Marketing, dan Price terhadap Purchase Decisions Album Fisik K-Pop di Jabodetabek

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 : Jakarta
Pada tanggal : 10 Januari 2026

Yang Menyatakan,

A 10,000 Rupiah Indonesian postage meter stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERA TRAPP' and 'BD1AEANX214731197'.

Nabila Jihan Shakina

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *KOREAN WAVE*, *DIGITAL MARKETING*, DAN *PRICE* TERHADAP *PURCHASE DECISIONS* ALBUM FISIK K-POP DI JABODETABEK

Dipersiapkan dan disusun oleh :

NABILA JIHAN SHAKINA

2210111205

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 17 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Miguna Astuti, S.Si., MM., CPM.
Ketua Penguji



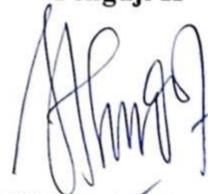
Risty Rahma Dafina, S.E., M.M.
Penguji I



Dra. Pusporini, M.M.
Penguji II




Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 17 Desember 2025

The Influence of Korean Wave, Digital Marketing, and Price on Purchase Decisions of K-Pop Physical Albums in Jabodetabek

By Nabila Jihan Shakina

ABSTRACT

This study aims to analyse and prove the influence of the Korean Wave, Digital Marketing, and Price on Purchase Decisions for physical K-Pop albums in Jabodetabek. This study uses a quantitative approach with data collection methods through questionnaires distributed online. The population in this study consisted of active fans of K-Pop bands, aged over 17 years, residing in Greater Jakarta, who had purchased at least one physical album, and who were not resellers or sellers. The sample size in this study was 144 respondents, with sampling using purposive sampling techniques. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) method with SmartPLS version 4.1.1.2 software. The results showed that the Korean Wave, Digital Marketing, and Price had an influence on Purchase Decisions for physical K-Pop albums in Jabodetabek.

Keywords: *Digital Marketing, Korean Wave, Price, Purchase Decision*

Pengaruh *Korean Wave*, *Digital Marketing*, dan *Price* terhadap *Purchase Decisions* Album Fisik K-Pop di Jabodetabek

Oleh Nabila Jihan Shakina

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Korean Wave*, *Digital Marketing*, dan *Price* terhadap *Purchase Decisions* album fisik K-Pop di Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar secara *online*. Populasi dalam penelitian ini yaitu penggemar aktif grup band K-Pop, berusia diatas 17 tahun, berdomisili di Jabodetabek, pernah membeli album fisik minimal satu kali, serta bukan merupakan *reseller* atau penjual. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 144 responden dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan *software* SmartPLS versi 4.1.1.2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Korean Wave*, *Digital Marketing*, dan *Price* memiliki pengaruh terhadap *Purchase Decisions* album fisik K-Pop di Jabodetabek.

Kata Kunci: Harga, Keputusan Pembelian, *Korean Wave*, Pemasaran Digital

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2025/2026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, 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 SIDANG TUGAS AKHIR SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Rabu, tanggal 17 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Nabila Jihan Shakina
NIM : 2210111205
Program Studi : Manajemen S1
Judul Tugas Akhir :

**Pengaruh Korean Wave, Digital Marketing, dan Price terhadap Purchase Decisions
Album Fisik K-Pop di Jabodetabek**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus / Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Miguna Astuti, S.Si .MM.,CPM	Ketua	
2	Risty Rahma Dafina, SE, MM	Anggota I	
3	Dra. Pusporini, MM	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 17 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyusun penelitian ini yang berjudul "*Pengaruh Korean Wave, Digital Marketing, dan Price terhadap Purchase Decisions Album Fisik K-Pop di Jabodetabek*". Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada para pihak yang terlibat dalam penyusunan ini:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen S1.
4. Ibu Dra. Pusporini, M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si.,MM.,MOS.,CPM.,CIRR., selaku Ketua Penguji, dan Ibu Risty Rahma Dafina, S.E., M.M., selaku Penguji 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyusunan usulan penelitian ini.
5. Bapak Wahyudi, SE., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu mengarahkan dan membimbing akademik peneliti di perkuliahan.
6. Seluruh dosen FEB yang telah memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama dalam perkuliahan.
7. Seluruh staff dan karyawan UPN "Veteran" Jakarta yang secara langsung dan tidak langsung membantu penulis menyelesaikan usulan penelitian skripsi.
8. Keluarga tercinta: Alm. Bapak Dady Muliadi, Ibu Nila Vernia Tanjung, dan Adik Daffa Mulia Putra yang selalu memberikan dukungan moral, materi, dan doa yang tiada henti.
9. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini: Carnita, Azzahra Amalia, Nadya, Kezya, Lady, Sahinaz, Cika, Abel serta rekan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Besar harapan agar skripsi ini memberikan dampak yang bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 05 Desember 2025

Nabila Jihan Shakina

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2025/2026	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Pemasaran.....	14
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.3 <i>Purchase Decisions</i> (Keputusan Pembelian).....	16
2.1.4 <i>Korean Wave</i>	19
2.1.5 <i>Digital Marketing</i>	21
2.1.6 <i>Price</i> (Harga).....	25
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Model Penelitian.....	45
2.3.1 Pengaruh <i>Korean Wave</i> terhadap <i>Purchase Decisions</i>	45
2.3.2 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap <i>Purchase Decisions</i>	46
2.3.3 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Purchase Decisions</i>	47
2.4 Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	49
3.1.1 Definisi Operasional.....	49
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	50
3.2. Populasi dan Sampel.....	51
3.2.1 Populasi.....	51
3.2.2 Sampel.....	52
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.3.1 Jenis Penelitian.....	54
3.3.2 Sumber Data.....	54
3.3.3 Pengumpulan Data.....	54

3.4. Teknik Analisis Data.....	57
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	57
3.4.2 Analisis Statistik Inferensial.....	58
3.4.3 Uji Validitas.....	64
3.4.4 Uji Reliabilitas.....	65
3.4.5 Uji Hipotesis.....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	69
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	72
4.2.1 Deskripsi Data Responden.....	73
4.2.2 Analisis Deskriptif Data Responden.....	81
4.3 Analisis Data Inferensial.....	87
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	87
4.3.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	94
4.4 Pembahasan.....	98
4.4.1 Pengaruh <i>Korean Wave</i> terhadap <i>Purchase Decisions</i> Album Fisik K-Pop di Jabodetabek.....	99
4.4.2 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap <i>Purchase Decisions</i> Album Fisik K-Pop di Jabodetabek.....	101
4.4.3 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Purchase Decisions</i> Album Fisik K-Pop di Jabodetabek.	103
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Simpulan.....	106
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	107
5.3 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan Album Fisik K-Pop Tahun 2023–2024 Berdasarkan Tiga Toko Daring Resmi di Indonesia	4
Tabel 2. Perbandingan Harga Album Fisik K-Pop pada Tiga Toko Daring Resmi di Indonesia	8
Tabel 3. Matriks Penelitian Terdahulu	40
Tabel 4. Pengukuran Variabel dan Indikator Penelitian	51
Tabel 5. Skala Likert	55
Tabel 6. Kisi-kisi Instrumen Penelitian	55
Tabel 7. Interpretasi Nilai Persentase Responden	58
Tabel 8. Interpretasi Nilai Reliabilitas	65
Tabel 9. Nilai Indeks Variabel Purchase Decisions	81
Tabel 10. Nilai Indeks Variabel Korean Wave	83
Tabel 11. Nilai Indeks Variabel Digital Marketing	84
Tabel 12. Nilai Indeks Variabel Price	86
Tabel 13. Loading Factor pada Outer Loading	89
Tabel 14. Average Variance Extracted (AVE)	90
Tabel 15. Nilai Cross-Loadings	91
Tabel 16. Nilai Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability	93
Tabel 17. R-Square	95
Tabel 18. Q-Square	96
Tabel 19. Hasil Uji T-Statistics	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tingkat Keterlibatan Digital terhadap Konten K-Pop Menurut Negara (2024)	1
Gambar 2. Tren Penjualan Album Fisik K-Pop Global Tahun 2013–2024	2
Gambar 3. Penjualan Album Fisik Terakumulasi Teratas 2024 (Minggu 1–50)	3
Gambar 4. Genre Musik Favorit Publik Indonesia.....	6
Gambar 5. Distribusi Platform Akses Konten K-Pop oleh Penggemar di Indonesia.....	7
Gambar 6. Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	18
Gambar 7. Model Penelitian.....	48
Gambar 8. Tahapan Penggunaan SmartPLS	60
Gambar 9. Model Struktural (Inner Model)	61
Gambar 10. Model Pengukuran (Outer Model)	62
Gambar 11. Diagram Jalur	63
Gambar 12. Macam-macam Album Fisik K-Pop.....	69
Gambar 13. Variasi Album Fisik K-Pop.....	70
Gambar 14. Komponen Isi dalam Album Fisik K-Pop Standar.....	71
Gambar 15. Jenis Kelamin Responden.....	73
Gambar 16. Usia Responden.....	74
Gambar 17. Domisili Responden	75
Gambar 18. Grup Band K-Pop Dukungan Responden	77
Gambar 19. Tingkat Pembelian Responden	78
Gambar 20. Kanal Digital yang Digunakan Responden	79
Gambar 21. Outer Model.....	88
Gambar 22. Inner Model	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Isi dan butir pernyataan dalam kuesioner

Lampiran 2 Tabel Karakteristik Responden

Lampiran 3 Tabel Data Deskriptif

Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 5 Hasil Output SmartPLS 4.1.1.2

Lampiran 6 Tabel Nilai Kritis Distribusi T

Lampiran 7 Bukti sebar kuesioner

Lampiran 8 Turnitin