

**PENGARUH KOREAN WAVE DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE LOKAL SUNSCREEN AZARINE
(Studi Kasus pada Konsumen Azarine di DKI Jakarta)**

***THE EFFECT ON KOREAN WAVE AND
BRAND AMBASSADOR OF PURCHASE DECISION LOCAL
SKINCARE PRODUCT AZARINE SUNSCREEN
(Case Study of Azarine Consumers in DKI Jakarta)***

Oleh
Clara Dita Afrilia

2019410034

SKRIPSI



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2025

**PENGARUH KOREAN WAVE DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE LOKAL SUNSCREEN AZARINE
(Studi Kasus pada Konsumen Azarine di DKI Jakarta)**

***THE EFFECT ON KOREAN WAVE AND
BRAND AMBASSADOR OF PURCHASE DECISION LOCAL
SKINCARE PRODUCT AZARINE SUNSCREEN
(Case Study of Azarine Consumers in DKI Jakarta)***

Oleh
Clara Dita Afrilia
2019410034

SKRIPSI

Untuk memenuhi Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2025

**PENGARUH KOREAN WAVE DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE LOKAL SUNSCREEN AZARINE
(Studi Kasus pada Konsumen Azarine di DKI Jakarta)**

**THE EFFECT ON KOREAN WAVE AND
BRAND AMBASSADOR OF PURCHASE DECISION LOCAL
SKINCARE PRODUCT AZARINE SUNSCREEN
(Case Study of Azarine Consumers in DKI Jakarta)**

Oleh

Clara Dita Afrilia

2019410034

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

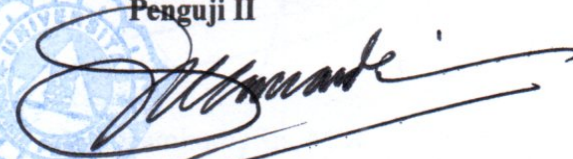
★ Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal
Jakarta, 7 Februari 2025 dengan nilai


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.

Pembimbing


Dr. Firsan Nova, S.E., M.M.
Penguji I


Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M.
Penguji II


Dr. Sukardi, S.E., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Penguji III


Dedi Damhudi, S.E., M.M.
Ketua Jurusan Program Studi

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Clara Dita Afrilia

NIM : 2019410034

Jurusan : Manajemen

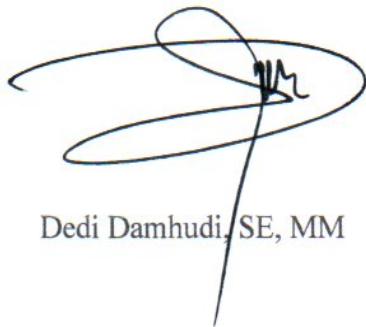
Peminatan : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Korean Wave* dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Lokal *Sunscreen* Azarine (Studi Kasus pada Konsumen Azarine di DKI Jakarta)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diijinkan dihadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, 07 Februari 2025

Ketua Jurusan Manajemen



Dedi Damhudi, SE, MM

Dosen Pembimbing



Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Clara Dita Afrilia

NIM : 2019410034

JurusanPeminatan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “**Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Lokal Sunscreen Azarine (Studi Kasus pada Konsumen Azarine di DKI Jakarta)**” yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini, maka saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 09 Januari 2025



Clara Dita Afrilia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *korean wave* dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* lokal *sunscreen* Azarine studi kasus pada konsumen Azarine di DKI Jakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 responden konsumen Azarine yang menggunakan *sunscreen* Azarine minimal 2 (dua) kali dalam (dua) bulan terakhir. Teknik sampel menggunakan *non-probability sampling* dan teknik alat analisis menggunakan Regresi Linear Berganda. Penelitian ini dilakukan uji analisis yang diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *korean wave* dan *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Besarnya 0,820 yang berarti bahwa sebesar 82,0% variabel *korean wave* dan *brand ambassador* dapat dijelaskan, dipengaruhi oleh keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 18% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Secara parsial *korean wave* memiliki pengaruh sebesar 0,650 yang berarti bahwa sebesar 65,0%, dan *brand ambassador* memiliki pengaruh sebesar 0,722 yang berarti bahwa sebesar 72,2%.

Kata Kunci : *Korean Wave*, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence Korean Wave and brand Ambassador brand have on Purchase Decision for local skincare products, Azarine sunscreen, case study of Azarine consumers in DKI Jakarta. The data collection method used was by giving questionnaires to 100 Azarine consumer respondents who used Azarine sunscreen at least 2 (two) times in the last two (two) months. The sampling technique uses non-probability sampling and the analytical tool technique uses Multiple Linear Regression. This study was carried out with analytical tests processed using SPSS version 25. The results of this study indicate that korean wave and brand ambassador have a positive and significant effect on Keputusan Pembelian. The magnitude of 0.820 means that 82,0% of the korean wave and brand ambassador variables can be explained, influenced by the Keputusan Pembelian, while the remaining 18% is influenced by other variables outside the model. Partially, korean wave has an effect of 0,650, which means that it is 65,0%, and brand ambassador has an effect of 0,722, which means that it is 72,2%.

Keywords: Korean Wave, Brand Ambassador, Purchase Decision.



KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. karena berkat rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Lokal Sunscreen Azarine (Studi kasus pada konsumen Azarine di DKI Jakarta)”**.

Skripsi ini disusun guna menyelesaikan Program Jenjang Pendidikan Sarjana (S1), Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada. Tidak sedikit hambatan yang dihadapi baik dalam pelaksanaan penelitian maupun dalam penyusunan Skripsi ini. Akan tetapi, atas bimbingan, bantuan, dan dukungan dari beberapa pihak, akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan selesainya penulisan Skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Kepada kedua orang tua dan adik tercinta. Terima kasih atas doa dan dukungan baik moril maupun materil, serta menjadi penyemangat penulis yang tidak ada hentinya selalu memberikan kasih sayang, do'a, dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dedi Damhudi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik dan juga selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang selalu membantu dalam penyusunan Skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Manajemen yang tidak bisa disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat penulis, yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
5. Kepada Zulfan Azra terima kasih selalu menyempatkan dirinya untuk selalu ada disaat penulis membutuhkan sosok yang hadir untuk menyemangati dan menghibur penulis. Dan telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi sampai terselesaikannya skripsi ini.

6. Lee Min Ho yang merupakan *actor* asal Korea Selatan yang menjadi salah satu bagian dari penelitian ini, dan selalu menginspirasi peneliti agar terus bersemangat menyelesaikan skripsi ini, serta karya-karyanya yang selalu menghibur penulis saat sedang menyusun skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu-persatu terima kasih atas bantuan dan segala dukungan yang sangat berharga dan bermakna bagi penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membagi sebagian pengetahuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Semua kontribusi dan dukungan yang diberikan oleh pihak-pihak diatas sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan Tugas akhir ini. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi positif bagi penulis dan para pembaca.

Akhir kata penulis memohon maaf jika terdapat kekurangan dalam penulisan, guna penyempurnaan laporan, penulis selalu terbuka untuk kritik dan saran yang membangun, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 09 Januari 2025

Clara Dita Afrilia

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, dan Rumusan Masalah.....	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Batasan Masalah.....	12
1.2.3 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.2 <i>Korean Wave</i>	18
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i>	20
2.1.4 Keputusan Pembelian	24
2.2 Penelitian Sebelumnya	27

2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis Penelitian	34
2.4.1 Paradigma Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Metode yang digunakan	36
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	36
3.3 Operasional Variabel	37
3.4 Sumber Data dan Cara Penentuan Data	41
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	41
3.4.2 Cara Penentuan Data	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Rencana Analisis dan Uji Hipotesis	46
3.6.1 Uji Keabsahan Data	46
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	47
3.6.3 Alat Analisis	50
3.6.4 Uji Hipotesis	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 Sejarah Singkat Azarine	55
4.2 Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden	55
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	56
4.2.3 Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir	57
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	58
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan	58

4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	59
4.3.1 Variabel <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i> (UTAUT) pada pengguna Sunscreen Azarine di DKI Jakarta	59
4.4 Uji Keabsahan Data	85
4.4.1 Uji Validitas	86
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	88
4.5 Uji Asumsi Klasik	88
4.5.1 Uji Normalitas	89
4.5.2 Uji Multikolinieritas	90
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	92
4.6 Alat Analisis	93
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	93
4.6.2 Koefisien Korelasi (R).....	94
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	94
4.7 Uji Hipotesis.....	95
4.7.1 Uji Statistik F.....	95
4.7.2 Uji Statistik T	96
4.8 PEMBAHASAN	97
4.8.1 Pengaruh <i>Korean Wave</i> dan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	98
4.8.2 Pengaruh <i>Korean Wave</i> terhadap Keputusan Pembelian	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	37
Tabel 3.2 Skala Likert	45
Tabel 3.3 Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi.....	50
Tabel 3.4 Tingkat Koefisien Determinasi (R^2)	53
Tabel 4.1 Data yang Diperoleh	54
Tabel 4.2 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4.3 Berdasarkan Usia Responden.....	55
Tabel 4.4 Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	56
Tabel 4.5 Berdasarkan Status Pekerjaan	57
Tabel 4.6 Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan	58
Tabel 4.7 Saya memiliki pengetahuan tentang budaya, musik, dan film dari Korea Selatan.....	59
Tabel 4.8 Masuknya budaya Korea di Indonesia membuat saya mengenal lebih banyak artis Korea	60
Tabel 4.9 Saya mengetahui bahwa korean wave mengenalkan budaya populer dari Korea Selatan.....	61
Tabel 4.10 Saya menyukai budaya, film dan lagu dari Korea Selatan setelah melihat dan mendengarkan	61
Tabel 4.11 saya selalu update mengenai budaya, film, dan lagu dari Korea Selatan	62
Tabel 4.12 Saya mempelajari budaya populer Korea setelah melihat budaya, drama, dan lagu dari Korea Selatan	63
Tabel 4.13 Saya berpandangan bahwa budaya, film, dan musik Korea Selatan sangat menarik bagi saya	64

Tabel 4.14 Korean wave yang mencakup budaya, film dan musik Korea Selatan memiliki keunikan yang luar biasa	64
Tabel 4.15 Saya menyambut hadirnnya korean wave di Indonesia	65
Tabel 4.16 Saya sudah mengetahui Lee Min Ho sebelum menjadi Brand Ambassador <i>skincare</i> lokal Azarine	66
Tabel 4.17 Lee Min Ho memiliki citra yang baik sebagai <i>Brand Ambassador</i> Azarine dimata <i>public</i>	66
Tabel 4.18 Saya membeli produk Azarine karena tertarik Lee Min Ho sebagai <i>Brand Ambassador</i> Azarine	67
Tabel 4.19 Lee Min Ho mempunyai citra yang positif sebagai <i>Brand Ambassador</i> <i>skincare</i> lokal Azarine	68
Tabel 4.20 Saya membeli produk Azarine karena tertarik dengan Lee Min Ho sebagai brand ambassador Azarine	68
Tabel 4.21 Lee Min Ho sebagai brand ambassador <i>skincare</i> lokal Azarine mampu membangkitkan kepercayaan terhadap produk.....	69
Tabel 4.22 Sebagai brand ambassador <i>skincare</i> lokal Azarine Lee Min Ho memiliki visual yang menarik dan dapat memikat	70
Tabel 4.23 Saya tertarik dengan produk <i>skincare</i> lokal Azarine karena Lee Min Ho sebagai model iklannya.....	70
Tabel 4.24 Saya sudah menyukai Lee Min Ho sejak sebelum menjadi brand ambassador Azarine	71
Tabel 4.25 Lee Min Ho memiliki banyak penggemar dari kalangan seusia saya, dan saya termasuk salah satu penggemarnya.....	72
Tabel 4.26 Lee Min Ho merupakan <i>figure</i> yang kuat dalam mempengaruhi sayauntuk membeli produk Azarine	73
Tabel 4.27 Lee Min Ho meyakinkan saya melalui iklan dan konten mengenai produk Azarine	73
Tabel 4.28 Saya membeli produk <i>sunscreen</i> Azarine karena sesuai dengan kebutuhan saya.....	74

Tabel 4.29 <i>Sunscreen</i> Azarine mempunyai kualitas yang sangat baik dibandingkan produk yang lain	75
Tabel 4.30 Azarine mempunyai banyak varian <i>sunscreen</i> untuk mengatasi keluhan kulit saya sehingga membuat saya tertarik melakukan pembelian ..	75
Tabel 4.31 Produk <i>sunscreen</i> Azarine adalah produk ternama sehingga menjadi pilihan saya untuk membelinya	76
Tabel 4.32 Saya membeli produk <i>sunscreen</i> Azarine karena popularitasnya sebagai produk sunscreen	77
Tabel 4.33 Saya membeli produk <i>sunscreen</i> Azarine karena informasi <i>ingredients</i> dan kandungan dalam produknya sangat jelas.....	77
Tabel 4.34 Saya membeli produk <i>sunscreen</i> Azarine karena informasi <i>ingredients</i> dan kandungan dalam produknya sangat jelas.....	78
Tabel 4.35 Saya membeli produk <i>sunscreen</i> Azarine karena harga yang sangat terjangkau dan banyaknya penjual.....	79
Tabel 4.36 Saya memilih untuk membeli produk <i>sunscreen</i> Azarine berdasarkan ketersediaan produk yang dimiliki penjual	80
Tabel 4.37 Saya memilih untuk membeli produk <i>sunscreen</i> Azarine berdasarkan ketersediaan produk yang dimiliki penjual	80
Tabel 4.38 Tingkat ketersediaan produk yang ditawarkan penjual dapat menentukan jumlah pembelian saya	81
Tabel 4.39 Saya melakukan pembelian <i>sunscreen</i> Azarine pada saat memiliki kebutuhan tertentu.....	82
Tabel 4.40 Saya melakukan pembelian <i>sunscreen</i> Azarine pada saat memiliki kebutuhan tertentu.....	83
Tabel 4.41 Jumlah varian produk <i>sunscreen</i> Azarine yang ditawarkan akan mempengaruhi berapa banyak yang akan saya beli.....	83
Tabel 4.42 Jumlah pembelian saya dapat dipengaruhi oleh tingkat ketersediaan produk yang ditawarkan penjual.....	84
Tabel 4.43 Jumlah pembelian saya dapat dipengaruhi oleh jenis kebutuhan saya	85

Tabel 4.44 Saya membeli produk <i>sunscreen</i> Azarine karena kemudahan metode pembayaran dalam melakukan pembelian.....	85
Tabel 4.45 Saya memilih menggunakan teknologi metode pembayaran seperti <i>e-wallet</i> atau transfer via bank (<i>m-banking</i>) atau CoD (<i>Cash on Delivery</i>) dalam membeli produk <i>sunscreen</i> Azarine.....	86
Tabel 4.46 Saya merasa tidak ragu saat membeli produk <i>sunscreen</i> Azarine karena keamanan transaksi metode pembayaran.....	87



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Revenue Trend Indonesia’s Beauty and Personal Care	3
Gambar 1.2 Antusiasme Budaya Korea Selatan di Berbagai Negara (Tahun 2024)	4
Gambar 1.3 Produk Hiburan Korea Selatan yang Disukai (Juni 2022)	5
Gambar 1.4 Famous Korean Actor in K-Dramas.....	6
Gambar 1.5 Lee Min Ho Sebagai <i>Brand Ambassador</i>	7
Gambar 1.6 Logo Brand Azarine	8
Gambar 1.7 Azarine <i>Sunscreen Series</i>	8
Gambar 1.8 TOTAL SUNSCREEN BRAND Q1 2024.....	9
Gambar 1.9 Grafik kategori produk kecantikan dan perawatan pada Q1 2024..	10
Gambar 1.10 Grafik tren penjualan bulanan kategori sunscreen dari Januari 2023 hingga Maret 2024.	10
Gambar 1.11 <i>Market Share</i> Brand <i>Sunscreen</i> (Periode Maret 2024)	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	35
Gambar 4.1 Logo Brand Azarine	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Garis Diagonal	89
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	91

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2 Profil Responden	116
Lampiran 3 HASIL TABULASI DATA KUESIONER VARIABEL <i>KOREAN WAVE (X1)</i>	126
Lampiran 4 HASIL TABULASI DATA KUESIONER VARIABEL <i>BRAND AMBASSADOR (X2)</i>	129
Lampiran 5 HASIL TABULASI DATA KUESIONER VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	132
Lampiran 6 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS	135
Lampiran 7 HASIL OUTPUT UJI RELIABILITAS.....	143
Lampiran 8 HASIL OUTPUT UJI ASUMSI KLASIK	144
Lampiran 9 HASIL UJI KORELASI DAN REGRESI	146
Lampiran 10 HASIL UJI HIPOTESIS.....	147
Lampiran 11 TABEL R.....	148
Lampiran 12 TABEL DURBIN-WATSON.....	149
Lampiran 13 TABEL F	150
Lampiran 14 TABEL T	151
Lampiran 15 Bukti Penyebaran Kuesioner Secara <i>Online</i>	152
Lampiran 16 CATATAN KEGIATAN KONSULTASI	153
Lampiran 17 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	154