

**PENGARUH KOREAN WAVE DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
(*E-WOM*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIP*  
*TINT AZARINE* PADA GENERASI Z DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**ILLONA RATNA DEWANTI**  
**20012010186/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**  
**JAWA TIMUR**

**2024**

**PENGARUH KOREAN WAVE DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH  
(E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIP  
TINT AZARINE PADA GENERASI Z DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**ILLONA RATNA DEWANTI**  
**20012010186/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KOREAN WAVE DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH  
(E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIP  
TINT AZARINE PADA GENERASI Z DI SURABAYA**

**Disusun Oleh :**

**ILLONA RATNA DEWANTI**  
**20012010186 / FEB / EM**

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Pada Tanggal : 13 September 2024**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Pembimbing Utama**

  
**Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.**  
**NIP. 196901132021212003**

  
**Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W., M.M.**  
**NIP. 196310091991032001**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



  
**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. CRP**  
**NIP. 196304201991032001**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Illona Ratna Dewanti  
NPM : 20012010186  
Fakultas /Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh *Korean Wave* dan *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Lip Tint* Azarine pada Generasi Z di Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 13 September 2024

Yang Menyatakan



(Illona Ratna Dewanti)

NPM. 20012010186

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Korean Wave* dan *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Lip Tint* Azarine pada Generasi Z di Surabaya”.

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk pemenuhan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana untuk program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik karena adanya bantuan berupa bimbingan, dukungan moral, dukungan materiel, serta doa dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Akhmad Fauzi, M.T. selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M. selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi.
5. Seluruh Dosen Pengajar yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di UPN “Veteran” Jawa Timur.

6. Keluarga penulis terutama Mama, Ibu, dan Deda yang selalu mendampingi, membantu, mendoakan, dan memberikan dukungan baik moral maupun materiel kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai.
7. Nadhiya, Retno, Nita, Nisa, dan Bella yang telah memberikan banyak bantuan, menyemangati, dan menemani penulis selama masa perkuliahan.
8. Vian Maulana yang selalu menemani penulis sejak awal masa perkuliahan hingga sekarang dan telah memberikan banyak bantuan serta dukungan moral sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Nabila, Nadia, dan Siti yang telah mendengarkan keluh kesah penulis, menyemangati, menghibur, serta membantu penulis saat kesulitan.
10. Seluruh teman-teman mahasiswa Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur yang pernah membantu masa perkuliahan penulis.
11. Serta pihak-pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan sejak awal masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 6 Agustus 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK .....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori .....	18
2.2.1 <i>Korean Wave</i> .....	18
2.2.2 <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> .....	20
2.2.3 Keputusan Pembelian .....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	26
2.3.1 Pengaruh <i>Korean Wave</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4 Kerangka Konseptual .....	29
2.5 Hipotesis .....	29
BAB III .....	30
METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel .....	30

3.1.1 Definisi Operasional .....	30
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	33
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel .....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.3.1 Jenis Data dan Sumber Data .....	35
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	36
3.4.1 Uji Validitas .....	37
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	37
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	38
3.5.1 Teknik Analisis Data .....	38
3.5.2 Cara Kerja PLS .....	39
3.5.3 Model Spesifikasi PLS.....	40
3.5.4 Langkah-Langkah PLS .....	41
3.5.5 Asumsi PLS .....	47
BAB IV .....	48
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	48
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	49
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden.....	49
4.2.2 Deskripsi Hasil Variabel.....	51
4.3 Analisis Data .....	57
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier .....	57
4.3.2 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	58
4.3.3 Analisis Model PLS .....	63
4.3.4 Inner Model (Pengujian Model Struktural) .....	64
4.3.5 Pengujian Hipotesis .....	65
4.4 Pembahasan .....	66
4.4.1 Pengaruh <i>Korean Wave</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	66



4.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	67
BAB V.....	70
KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	72
LAMPIRAN.....	76

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Popularitas Produk Kecantikan Korea Selatan di Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Produk <i>Lip Tint</i> di Indonesia .....	9
Tabel 1.3 Data <i>Revenue Market Share</i> Produk <i>Lip Tint</i> di Indonesia.....	9
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Korean Wave</i> .....	52
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	53
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian .....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Outlier.....	58
Tabel 4.8 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....	59
Tabel 4.9 Cross Loadings.....	60
Tabel 4.10 Average Variance Extracted (AVE) .....	61
Tabel 4.11 Composite Reliability .....	62
Tabel 4.12 Latent Variable Correlations .....	62
Tabel 4.13 R-Square.....	65
Tabel 4.14 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Jumlah <i>Engagement</i> antara Unggahan Foto Produk <i>Lip Tint</i> , <i>Eyeliners</i> , dan <i>Eyebrow</i> pada Akun Instagram Azarine.....	7
Gambar 1.2 Unggahan Keluhan terhadap Maraknya Produk Bernuansa Korea.....	8
Gambar 1.3 <i>Electronic Word of Mouth Lip Tint</i> Azarine di Media Sosial X .....	12
Gambar 3.1 Diagram Jalur PLS .....	42
Gambar 4.1 Logo Azarine.....	49
Gambar 4.2 Outer Model dengan <i>Factor Loading</i> , <i>Path Coefficient</i> , dan <i>R-Square</i> .....	64
Gambar 4.3 Inner Model dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i> .....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	80
Lampiran 3. Hasil Olah Data .....	83

**PENGARUH *KOREAN WAVE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIP TINT* AZARINE PADA GENERASI Z DI SURABAYA**

Oleh:

**Ilona Ratna Dewanti**  
**20012010186/FEB/EM**

**ABSTRAK**

Penyebaran budaya populer Korea Selatan secara global telah memberikan dampak pada tren produk kosmetik yang berkaitan dengan Korea Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Korean Wave* (X1) dan *Electronic Word of Mouth* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *lip tint* Azarine pada generasi Z di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan untuk sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *lip tint* Tinted Lippie Cake Azarine. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pernah membeli produk *lip tint* Tinted Lippie Cake Azarine, mengetahui budaya populer Korea Selatan, pengguna media sosial X, perempuan generasi Z, dan berdomisili di Surabaya. Analisis data menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Korean Wave* dan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk *lip tint* Azarine pada generasi Z di Surabaya.

**Kata Kunci:** *Electronic Word of Mouth*; Keputusan Pembelian; *Korean Wave*.