

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* NEW JEANS DAN *KOREAN WAVE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOMIE
KOREAN SERIES DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

**Nazzala Ardhaneswary
21012010343/FEB/EM**

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

2025

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* NEW JEANS DAN *KOREAN WAVE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOMIE
KOREAN SERIES DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

**Nazzala Ardhaneswary
21012010343/FEB/EM**

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

2025

SKRIPSI
PENGARUH BRAND AMBASSADOR NEW JEANS DAN KOREAN WAVE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOMIE
KOREAN SERIES DI SURABAYA

Disusun Oleh:

Nazzala Ardhaneswary
21012010343/FEB/EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal: 07 November 2025

Pembimbing Utama

Wilma Cordelia Izaak, S.E., M.M.
NIP. 17219831020049

Tim Penguji Ketua

Ugy Soebiantoro, S.E., M.M.
NIP. 196708182021211001

Anggota

Dewi Deniaty Sholihah, S.E., M.M.
NIP. 199102222020122016

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 BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nazzala Ardhaneswary
NPM : 21012010343
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/~~Tesis~~/~~Disertasi~~* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/~~Tesis~~/~~Desertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 01 Desember 2025

Yang Membuat pernyataan



Nazzala Ardhaneswary
NPM. 21012010343

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **"Pengaruh *Brand Ambassador* New Jeans Dan *Korean Wave* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie Korean Series Di Surabaya"**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Sehubungan dengan selesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Ibu Wilma Cordelia Izaak, S.E, M.M selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Penulis menyampaikan terima kasih.

Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M,MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

4. Orang tua dan keluarga saya yang selalu mendukung dan menemani di setiap kesempatan yang ada, terutama tante Ica tercinta.
5. Andien, Izdihar, Lisa, Devinna, Aisyah, Rezho, Bima, Yogi, Wulan, Setyo, Kiki, Dhani, Amang dan Rakha yang menjadi sahabat seperjuangan penulis dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu Namanya, dengan ketulusan hati selalu mendukung, menyumbang pikiran, menemani penulis dan berbagi suka duka selama proses penyusunan Skripsi.
6. terakhir, terimakasih untuk Ahmad Wahyu karena sudah datang menemani hari-hari akhir penulis sebagai mahasiswa akhir dan akan selalu menemani serta membantu penulis di hari-hari esok.

Penulis menyadari jika di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis memohon kritik dan saran yang membangun dari seluruh pihak. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat mencapai maksud yang diinginkan dan semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Surabaya, 25 April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	V
DAFTAR GAMBAR	vi
ABSTRAK	ixii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teori.....	12
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.2 Strategi Pemasaran.....	13
2.3 <i>Brand Ambassador</i>	14
2.3.1 Fungsi <i>Brand Ambassador</i>	15
2.3.2 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	16
2.4 <i>Korean Wave</i>	17
2.4.1 Indikator <i>Korean Wave</i>	17
2.5 Keputusan Pembelian	19
2.5.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	22
2.6.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.6.2 Pengaruh <i>Korean Wave</i> Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.7 Kerangka Konseptual.....	24
2.8 Hipotesis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	26
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	26
3.1.2 Variabel Independen.....	26
3.1.3 Variabel Dependen	29
3.1.4 Pengukuran Variabel.....	30
3.2 Teknik Pengumpulan Sampel	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Sumber dan Jenis Data.....	32
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	33

3.4 Uji Instrumen Penelitian	34
3.4.1 Uji Validitas	34
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	34
3.5.1 Teknik Analisis Data	34
3.5.2 Asumsi PLS	41
3.5.3 Ukuran Sampel	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	42
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian	44
4.2.1 Karakter Responden.....	44
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i> dan Indikator.....	49
4.2.3 Deskripsi Variabel <i>Korean Wave</i> dan Indikator	51
4.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian dan Indikator.....	52
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis	54
4.3.1 Interpretasi Hasil PLS.....	54
4.3.2 Pengujian Hipotesis	62
4.4 Pembahasan	64
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	64
4.4.2 Pengaruh <i>Korean Wave</i> Terhadap Keputusan Pembelian	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengukuran Variabel	31
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden	44
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.3 Karakteristik Penghasilan Perbulan Responden	46
Tabel 4.4 Karakteristik Penggemar New Jeans Responden	47
Tabel 4.5 Karakteristik Penggemar <i>Korean Wave</i> Responden	48
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1)	49
Tabel 4. 7 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Korean Wave</i> (X2)	51
Tabel 4. 8 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.9 <i>Outer Loadings</i>	56
Tabel 4.10 Cross Loading	58
Tabel 4.11 Average Variance Extracted (AVE)	59
Tabel 4.12 Composite Reliability	60
Tabel 4. Latent Variabel Correlation	61
Tabel 4. R-Square	62
Tabel 4.19 Path Coefficients	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Antusiasme Budaya Korea Selatan di berbagai Negara (2024).....	2
Gambar 1.2 Iklan <i>Brand Ambassador</i> New Jeans untuk produk Indomie Korean Series (2024).....	3
Gambar 1.3 Vidio YouTube Review @MamankKuliner (2024)	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 3.1 Diagram Jalur Partial Least Square.....	37
Gambar 4. 1 Outer Model dengan factor loading, Path Coefficient dan R-Square	55
Gambar 4. 2 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping	64

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* NEW JEANS DAN *KOREAN WAVE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOMIE KOREAN SERIES DI SURABAYA

Oleh:

Nazzala Ardhaneswary
21012010343

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh New Jeans sebagai *Brand Ambassador* dan fenomena *Korean Wave* terhadap keputusan pembelian produk Indomie Korean Series di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 114 responden yang merupakan konsumen Indomie Korean Series dan berdomisili di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Korean Wave* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Indomie Korean Series. Fenomena *Korean Wave* yang mencakup musik K-pop, drama Korea, fesyen, makanan, dan gaya hidup telah menciptakan tren konsumsi baru di kalangan remaja Indonesia. Penelitian ini mengungkapkan bahwa semakin tinggi minat konsumen terhadap budaya Korea, semakin besar kecenderungan mereka untuk membeli produk yang mencerminkan identitas atau citra Korea, termasuk Indomie Korean Series.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Korean Wave, Purchase Decision, Indomie Korean Series, Surabaya.*