

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND AMBASSADOR*  
NCT DREAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC  
PADA *FANBASE* NCT DI MEDIA SOSAL TWITTER**

**TUGAS AKHIR**

**AUFA ASHRI DHAMAYANTI SUANTA**

**193402516343**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2023**

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND AMBASSADOR*  
NCT DREAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC  
PADA *FANBASE* NCT DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**Oleh:**

**AUFA ASHRI DHAMAYANTI SUANTA**

**193402516343**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AMBASSADOR*  
NCT DREAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC  
PADA FANBASE NCT DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 7 Agustus 2023



Aufa Ashri Dhamayanti Suanta

NPM: 193402516343

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : PENGARUH KOREAN WAVE, BRAND IMAGE  
DAN BRAND AMBASSADOR NCT DREAM  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

**SOMETHINC PADA FANBASE NCT  
DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

**Nama Mahasiswa : AUFA ASHRI DHAMAYANTI SUANTA**

**Nomor Pokok : 193402516343**

**Program Studi : MANAJEMEN**

**Menyetujui,**

**Pembimbing Skripsi,**



**(Dr. Elwisam, S.E., M.M)**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Manajemen,**



**(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)**

**Jakarta, 7 Agustus 2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Judul Skripsi : PENGARUH *KOREAN WAVE*, *BRAND IMAGE* DAN  
*BRAND AMBASSADOR* NCT DREAM TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC  
PADA *FANBASE* NCT DI MEDIA SOSIAL  
TWITTER**

**Nama Mahasiswa : Aufa Ashri Dhamayanti Suanta**

**Nomor Pokok : 193402516343**

**Program Studi : Manajemen**

**Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional**

**Menyetujui,  
Pembimbing Skripsi,**

**(Dr. Elwisari, S.E., M.M)**

**Ketua Penguji,**

**(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M)**

**Anggota/Penguji,**

**(Dr. Muhani, S.E., M.Si.M)**

**Mengetahui,**

**Dekan,**



**(Prof. Khairul Huda Wigdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)**

**Jakarta, 7 Agustus 2023**

**Tanggal Lulus, 26 Februari 2024**

## ABSTRAK

### **PENGARUH *KOREAN WAVE*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND AMBASSADOR* NCT DREAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC PADA *FANBASE* NCT DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

Oleh :

**Aufa Ashri Dhamayanti Suanta**

**NPM : 193402516343**

**Tugas Akhir dibawah bimbingan Dr. Elwisam, S.E., M.M**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Korean Wave*, *Brand Image*, Dan *Brand Ambassador* NCT Dream Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc pada *Fanbase* NCT Di Media Sosial Twitter. Sampel dalam Penelitian ini sebanyak 100 responden *Fanbase* NCT di Media Sosial Twitter yang memakai produk Somethinc.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang responden, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Dalam menggunakan teknik secara *purposive sampling* diharapkan sampel sesuai dengan syarat atau kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Teknik analisis data dengan menggunakan program SmartPLS 3.3.2. Hasil ditemukan setelah dianalisis menggunakan olah data dengan kesimpulan sebagai berikut bahwa *Korean Wave*, *Brand Image*. Dan *Brand Ambassador* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebelumnya telah diuji terhadap *item-item* pertanyaan yang dinyatakan valid serta reliabel.

**Kata Kunci : *Korean Wave*, *Brand Image*, dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

### ***THE INFLUENCE OF KOREAN WAVE, BRAND IMAGE, AND NCT DREAM BRAND AMBASSADOR ON THE PURCHASE DECISION OF SOMETHINC PRODUCTS ON NCT FANBASE ON TWITTER SOCIAL MEDIA***

**By :**

**Aufa Ashri Dhamayanti Suanta**

**NPM : 193402516343**

***This thesis under the guidance of Dr. Elwisam, S.E., M.M***

*This study aims to determine the influence of Korean Wave, Brand Image, and NCT Dream Brand Ambassadors on the Purchase Decision of Somethinc product on NCT Fanpage on Twitter Social Media. The sample in this study was 100 NCT Fanpage respondents on Twitter Social Media who used the Somethinc product.*

*This study uses primary data with data collection methods through questionnaires distributed to 100 respondents, using a purposive sampling method. In using the purposive sampling technique, it is hoped that the sample is in accordance with the requirements or criteria needed in this study. Data analysis techniques using the SmartPLS 3.3.2 program. The results were found after being analysed using data processing with the following conclusions that Korean Wave, Brand Image and Brand Ambassadors have a positive and significant on purchase decision. Previously tested against question items that were declared valid and reliable.*

***Keywords: Korean Wave, Brand Image, and Brand Ambassador on Purchase Decision***



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. DATA PRIBADI

1. Nama Lengkap : Afa Ashri Dhamayanti Suanta
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 16 Mei 2001
3. Agama : Islam
4. Alamat Rumah : Komplek Griya Statistika Blok 2B No 14  
RT 004/013 Cilangkap, Tapos, Depok
5. Telepon : 081295984558
6. Email : [aufa.ashri@gmail.com](mailto:aufa.ashri@gmail.com)

### B. DATA PENDIDIKAN FORMAL

1. 2007-2013 : SDN Cilangkap 04
2. 2013-2016 : SMP N 16 Depok
3. 2016-2019 : SMA N 4 Depok
4. 2019-2023 : Universitas Nasional

Jakarta, 7 Agustus 2023



Aufa Ashri Dhamayanti Suanta



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadiratnya yang telah melimpahkan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan Judul **“Pengaruh Korean Wave. Brand Image dan Brand Ambassador NCT Dream Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc pada Fanbase NCT di Media Sosial Twitter”** untuk diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Nasional.

Penulis meyakini bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Sehingga penulis haturkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya dan teristimewa untuk semua pihak yang telah mendukung baik dalam segi moril maupun finansial serta doa selama penulis menempuh pendidikan.

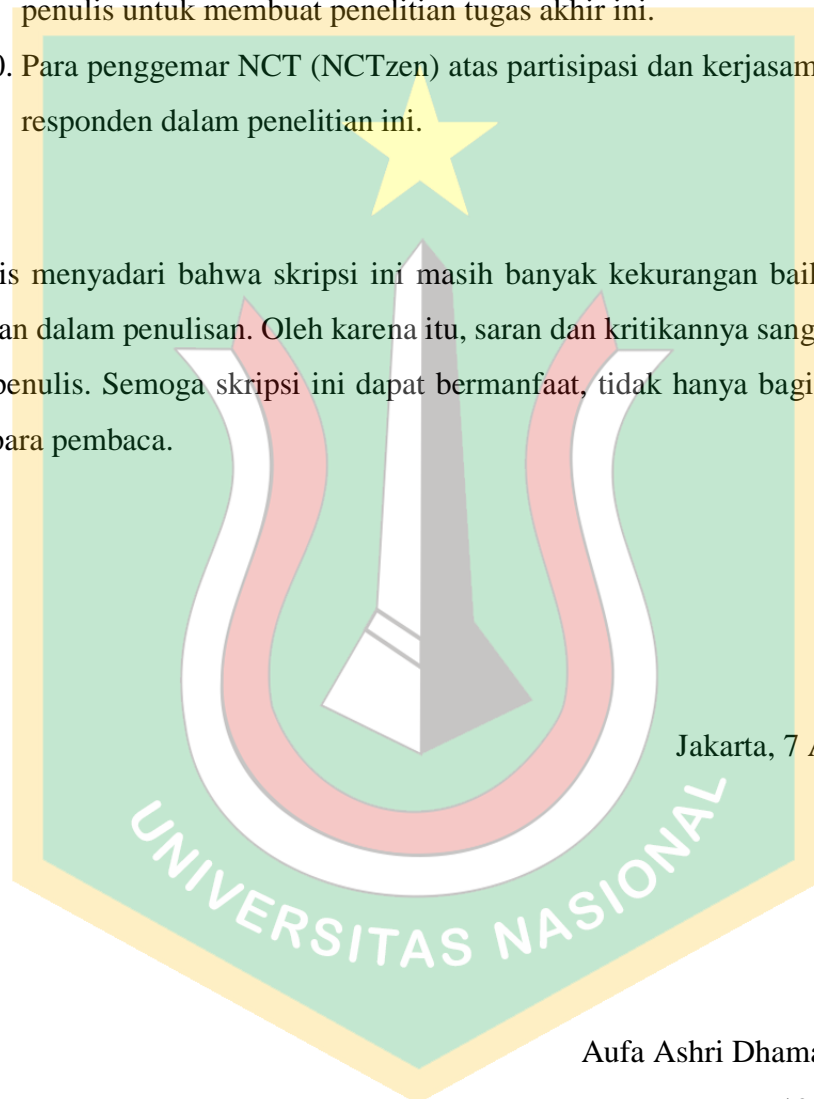
Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis banyak menghadapi tantangan dan hambatan, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan, kepada:

1. Bapak Dr.Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E.,M.App.Ec.,Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Elwisam, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing tugas akhir saya yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta seluruh arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu dan memberikan dukungan serta motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Nasional.
7. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
8. Kedua Orang Tua, Bapak Martin Suanta dan Ibu Ika Sutriani Dhamayanti yang telah banyak memberikan semangat, kasih sayang, doa yang tulus, dan telah bekerja keras berjuang untuk memberikan dukungan moril ataupun dukungan materil selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
9. Kakak Daffa Akhmad Fadhillah dan adik Kezia Adelia Martin yang telah memberikan banyak support, mendoakan dan menguatkan hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
10. M. Nur Huda Al Hasani yang telah banyak membantu, menemani serta memberikan motivasi, support, mendoakan dan menguatkan hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
11. Ibu Asih Widiningrum yang telah memberikan banyak motivasi, dukungan dan mendoakan hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
12. Sahabat seperjuangan Amelia Putri Herawati yang telah banyak membantu, menemani, memberikan banyak arahan serta dukungan sampai mendapatkan gelar S.M.
13. Sahabat seperjuangan Dhea dan Fitri yang telah memberikan dukungan dan berjuang bersama dari semester 1 sampai mendapatkan gelar S.M.
14. Sahabat seperjuangan lainnya yang lebih dulu mendapatkan gelar S.M Dinda, Ina, Rusy, Grace, tanpa terkecuali Vioni yang jauh di Malang telah memberikan banyak dukungan dan support kepada penulis.
15. Rahmah Ayu Anggraeni selaku sahabat yang sudah menjadi support system penulis dan selalu mendoakan hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
16. Wuri Wulansari selaku sahabat yang selalu menemani, mendoakan dan menjadi support system penulis hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

17. Rizka, Lutfia, Erika, Nadira selaku sahabat kecil yang juga memberikan banyak semangat dan dukungan terhadap penulis.
18. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Angkatan 2019 yang telah berjuang bersama untuk saling berbagi ilmu pengetahuan, pengalaman dan informasi-informasi selama penulis menjalani perkuliahan.
19. Na Jaemin, Xiao De Jun dan member NCT lainnya yang telah memotivasi penulis untuk membuat penelitian tugas akhir ini.
20. Para penggemar NCT (NCTzen) atas partisipasi dan kerjasamanya sebagai responden dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunan dalam penulisan. Oleh karena itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.



Jakarta, 7 Agustus 2023

Aufa Ashri Dhamayanti Suanta

193402516343

## DAFTAR ISI

**HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)**

**HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)**

**HALAMAN PERNYATAAN**

**HALAMAN PERSETUJUAN OLEH PEMBIMBING**

**HALAMAN PERSETUJUAN OLEH PENGUJI**

**HALAMAN ABSTRAK**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

BAB I.....		Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN .....		Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah.....		Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah .....		Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....		Error! Bookmark not defined.
a. Tujuan Penelitian.....		Error! Bookmark not defined.
b. Kegunaan Penelitian : .....		Error! Bookmark not defined.
BAB II.....		Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA.....		Error! Bookmark not defined.
A. Manajemen Pemasaran.....		Error! Bookmark not defined.
a) Pengertian Manajemen Pemasaran.....		Error! Bookmark not defined.
1. Pemasaran .....		Error! Bookmark not defined.
2. <i>Korean Wave</i> .....		Error! Bookmark not defined.
3. <i>Brand Image</i> .....		Error! Bookmark not defined.
4. <i>Brand Ambassador</i> .....		Error! Bookmark not defined.
5. Keputusan Pembelian .....		Error! Bookmark not defined.
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....		Error! Bookmark not defined.
C. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....		Error! Bookmark not defined.
D. Kerangka Analisis .....		Error! Bookmark not defined.
E. Hipotesis .....		Error! Bookmark not defined.
BAB III.....		Error! Bookmark not defined.

METODE PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Data Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Sumber Data dan Jenis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Definisi Operasional Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Analisis Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Pengujian Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Deskripsi Data Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Deskripsi Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KESIMPULAN DAN SARAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. KESIMPULAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. SARAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	21
<b>Tabel 3.2</b> Pengukuran Skala Likert .....	31
<b>Tabel 3.3</b> Definisi Operasional .....	32
<b>Tabel 3.4</b> Kriteria Analisis Deskriptif .....	35
<b>Tabel 3.5</b> Ringkasan <i>Rule of Thumb Evaluasi model structural</i> .....	38
<b>Tabel 4.6</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
<b>Tabel 4.7</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
<b>Tabel 4.8</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	42
<b>Tabel 4.9</b> Analisis Deskriptif <i>Korean Wave</i> .....	42
<b>Tabel 4.10</b> Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	43
<b>Tabel 4.11</b> Analisis Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> .....	44
<b>Tabel 4.12</b> Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian .....	45
<b>Tabel 4.13</b> <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	48
<b>Tabel 4.14</b> <i>Convergent Validity</i> .....	49
<b>Tabel 4.15</b> <i>Fornell-Larcker Criteria</i> .....	50
<b>Tabel 4.16</b> <i>Cross Loading</i> .....	51
<b>Tabel 4.17</b> <i>Construct Reliability and Validity</i> .....	52
<b>Tabel 4.18</b> Nilai <i>R-Square</i> .....	53
<b>Tabel 4.19</b> <i>Direct Path Coefficient</i> .....	53

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1.1 Grafik Data Penjualan <i>Brand</i> Somethinc Tahun 2022 .....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 2.2 Kerangka Analisis .....</b>	<b>26</b>
<b>Gambar 4.3 Hasil PLS Algoritma .....</b>	<b>47</b>
<b>Gambar 4.4 <i>Inner Model</i> .....</b>	<b>52</b>





**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN 1 LEMBAR KUESIONER PENELITIAN .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN 2 TABULASI JAWABAN RESPONDEN .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN 3 Gambar Model .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN 4 <i>Outer Loading</i> .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN 5 <i>Cross Loading</i> .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN 6 <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN 7 AVE dan Reliabilitas .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN 8 <i>R Square</i> .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN 9 <i>Bootstrap Direct</i> .....</b>	<b>80</b>

