

**PENGARUH SONG JOONG KI SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* PRODUK
SCARLETT WHITENING TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA
PROGRAM STUDI BAHASA KOREA UNIVERSITAS NASIONAL
ANGKATAN 2018**

***THE INFLUENCE OF SONG JOONG KI AS SCARLETT WHITENING'S
BRAND AMBASSADOR ON PURCHASE INTENTION IN NATIONAL
UNIVERSITY KOREAN LANGUAGE STUDENTS OF 2018***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Linguistik (S.Li)**



**WULAN DAMARWATI
NIM 183112200750116**

**PROGRAM STUDI BAHASA KOREA
FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2022**

**PENGARUH SONG JOONG KI SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* PRODUK
SCARLETT WHITENING TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA
PROGRAM STUDI BAHASA KOREA UNIVERSITAS NASIONAL
ANGKATAN 2018**

***THE INFLUENCE OF SONG JOONG KI AS SCARLETT WHITENING'S
BRAND AMBASSADOR ON PURCHASE INTENTION IN NATIONAL
UNIVERSITY KOREAN LANGUAGE STUDENTS OF 2018***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Linguistik (S.Li)**



WULAN DAMARWATI
NIM 183112200750116

**PROGRAM STUDI BAHASA KOREA
FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui pada tanggal 29 Juli 2022 untuk diujikan.

Rahmad Faisal, M.Si. M.
Pembimbing



Mengetahui,



Fahdi Sachiya, S.S., M.A.
Ketua Program Studi



Dr. Drs. Somadi, M.Pd.
Dekan

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan pada tanggal 30 Agustus 2022

Heri Suheri, S.S., M.A.

Ketua Penguji



Fitri Meutia., S.S., M.A.

Sekretaris Penguji



Rahmad Faisal, M.Si.M.

Pembimbing/Penguji

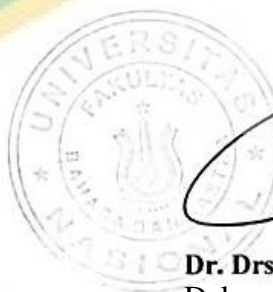


Disahkan pada tanggal 09 September 2022



Fahdi Sachiya, S.S., M.A

Ketua Program Studi Bahasa Korea



Dr. Drs. Somadi, M.Pd.

Dekan

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Wulan Damarwati

Nomor Induk Mahasiswa : 183112200750116

Program Studi : Bahasa Korea

Tempat & Tgl. Lahir : Rangkas Bitung, 15 April 2000

Alamat : Jl. Bacang No.37, Kelurahan: Jati Padang,
Kecamatan: Pasar Minggu Jakarta Selatan,
12540.

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH SONG JOONG KI SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* PRODUK
SCARLETT WHITENING TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA
PROGRAM STUDI BAHASA KOREA UNIVERSITAS NASIONAL
ANGKATAN 2018**

adalah asli (bukan plagiasi) dan belum pernah digarap oleh penulis/peneliti lain. Semua pendapat atau ide orang lain yang diambil dalam skripsi ini dilakukan melalui langkah-langkah ilmiah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Jakarta, 28 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Wulan Damarwati

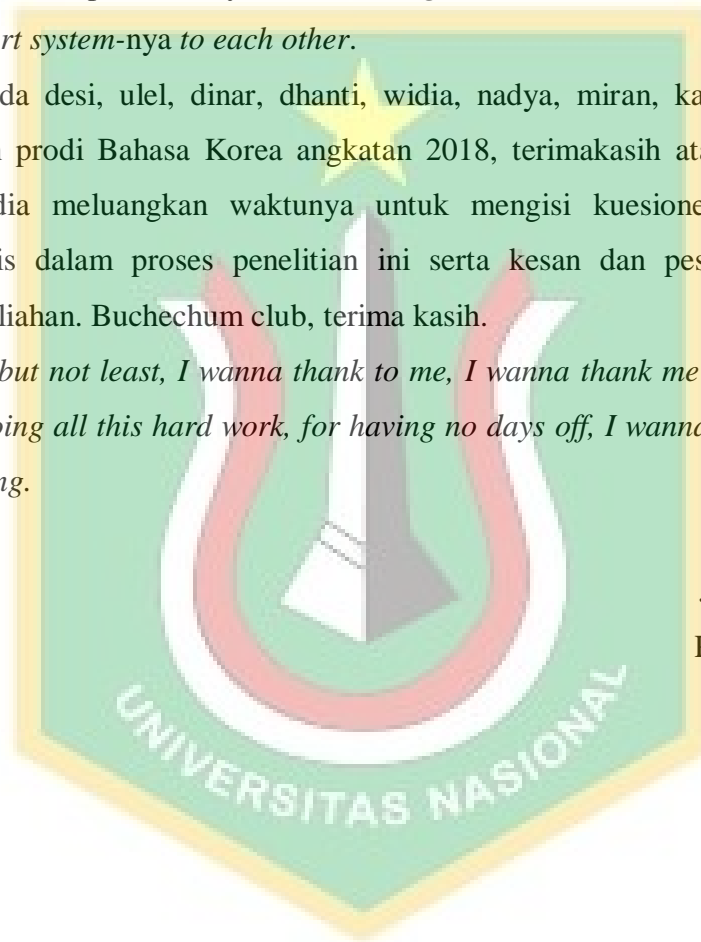
KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Song Joong Ki sebagai brand ambassador produk scarlett whitening terhadap minat beli mahasiswa program studi bahasa korea universitas nasional angkatan 2018”. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak dikarenakan terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Somadi., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Sastra dan Bahasa Universitas Nasional.
2. Bapak Fahdi Sachiya, S.S., M.A., selaku Ketua Program Studi Bahasa Korea Fakultas Sastra dan Bahasa Universitas Nasional.
3. Bapak Rahmad Faisal, M.Si. M. selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas, didikan, nasihat, motivasi, kesabaran , arahan, dan bantuannya selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Ko Yoo Kyeong selaku dosen yang membantu dalam penyusunan penulisan serta pengecekan abstrak berbahasa korea.
5. Seluruh jajaran Dosen Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional; Bapak Fahdi Sachiya, S.S., M.A, Bapak Zaini, S.Sos., M.A., Bapak Heri Suheri, S.S., M.M., Bapak Teguh Pratama, M.A. , Ibu Dra. Rurani Adinda, M. Ed., Ibu Fitri Meutia, S.S., M.A., Ibu Yayah Cheryah, S.E., M.E., Ibu Kurnia Rachmawati, S.S., M.A., Ibu Fadhilah, M.Hum. , Bapak Park Kyeong Jae, Ibu Jung Shua dan Staff Pengajar di Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Nasional.
6. Papah, Mamah, Aa *my bro*, dan Kk *my sister* yang selalu memberikan segala usaha, baik secara *financial* maupun mental serta semangat, perhatian, dan doanya untuk memberikan yang terbaik untuk aku. Mudah-mudahan aku bisa mengangkat derajat dan martabat keluarga kita atas seizin dari Allah Swt. Aamiin.
7. Kepada Ka Tami, terimakasih atas saran, ilmu, hiburan serta kesabarannya yang telah membantu aku dalam memahami perskripsian ini. Untuk *my bestie* Mega (teplek), terimakasih atas bantuan, kesiap siagaannya kapanpun itu, arahan, saran,

serta kesabarannya dalam membantu kelancaran skripsi ini. Serta saudaraku Novi, terimakasih atas doa dukungan serta hiburan yang diberikan sehingga aku bisa santai sejenak dan kembali fokus lagi dalam pengerjaan skripsi ini dengan versi yang lebih baik lagi.

8. Kepada sabrina, rifdah, amel dan juga eka yang merupakan bagian dari fans abang-abang. *Thank you so much for all sharing, carying, and love hate relationship-nya selama menempuh perkuliahan S1 ini, my Allah bless us!*
9. Kepada skripsi cantik yaitu wulan *ong*e dan amanda, terimakasih *for help and support system-nya to each other.*
10. Kepada desi, ulel, dinar, dhanti, widia, nadya, miran, ka tirza, serta teman-teman prodi Bahasa Korea angkatan 2018, terimakasih atas bantuannya telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penulis dalam proses penelitian ini serta kesan dan pesan serunya selama perkuliahan. *Buchechum club, terima kasih.*
11. *Last but not least, I wanna thank to me, I wanna thank me for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*



Jakarta, 29 Juli 2022
Pembuat Pernyataan,

Wulan Damarwati

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xii
초록.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Metode Penelitian.....	6
1.6. Sumber dan Jenis Data.....	6
1.7. Sistematika Penyajian.....	7
BAB II KERANGKA TEORI	8
2.1. Pendahuluan	8
2.2. Tinjauan Pustaka.....	8
2.3. Landasan Teori	11
2.3.1. Brand Ambassador	11
2.3.2. Minat Beli.....	15
2.4. Keaslian Penelitian	19
2.5. Kerangka Pemikiran	21
2.5.1. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli	21
2.6. Hipotesis Penelitian	22
2.7. Variabel Penelitian.....	22
2.7.1. Tempat Penelitian.....	22

2.7.2.	Waktu Penelitian	23
2.8.	Desain Penelitian	23
2.9.	Populasi, Sample, dan Teknik Sampling	24
2.9.1.	Populasi	24
2.9.2.	Sample dan Teknik Sampling	24
2.9.3.	Instrument Penelitian	26
2.9.4.	Variabel Brand Ambassador	27
2.9.5.	Variabel Minat Beli	33
2.10.	Analisis Statistik Deskriptif	39
2.11.	Uji Asumsi Klasik	39
2.11.1.	Uji Normalitas Data	39
2.11.2.	Uji Linearitas	40
2.11.3.	Uji Heterokedastisitas	41
2.11.4.	Analisis Regresi Linear Sederhana	41
2.12.	Pengujian Hipotesis	41
2.12.1.	Uji t	41
2.12.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
2.13.	Hipotesis Statistik	43
BAB III HASIL PEMBAHASAN		45
3.1.	Gambaran Umum Yang Diteliti	45
3.1.1.	Profil Perusahaan	45
3.2.	Profil Responden	46
3.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
3.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
3.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	48
3.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan	48
3.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Online Shopping Yang Paling Sering Digunakan	49
3.3.	Deskripsi Data Hasil Penelitian	50
3.3.1.	Variabel Brand Ambassador	50
3.3.2.	Variabel Minat Beli	51

3.4.	Analisis dan Pembahasan.....	52
3.4.1.	Uji Analisis Data	52
3.5.	Uji Normalitas	52
3.5.1.	Uji Linearitas.....	53
3.5.2.	Uji Heterokedastisitas	54
3.6.	Uji Regresi Linear Sederhana.....	55
3.7.	Uji Hipotesis.....	56
3.7.1.	Uji T (Parsial).....	56
3.7.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
3.8.	Pembahasan Penelitian.....	58
BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN		60
4.1.	Kesimpulan.....	60
4.2.	Saran	60
Daftar Pustaka.....		61
Lampiran		i
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		xx



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Song Joong Ki sebagai Brand Ambassador SCARLETT.....	4
Gambar 2.1 Model Hirarki Respons	18
Gambar 2.2 Desain Penelitian X terhadap Y	24
Gambar 3.10 Scaterplot Uji Heterokedastisitas	54



DAFTAR TABEL

Grafik 1.1. Brand-Brand Skincare dari Negara Terfavorit Versi Wanita Indonesia	1
Grafik 1.2. Produk Skincare Yang Paling Sering Digunakan Perempuan Indonesia	2
Grafik 1.3. Merek Produk Perawatan Tubuh Terlaris di Indonesia Menurut Pangsa Pasar Shoopee & Tokopedia, Agustus 2021	3
Tabel 2.1. Waktu dan Proses Kegiatan Penelitian	23
Tabel 2.2. Bobot/Skor Skala Likert Kuesioner	26
Tabel 2.3. Operasional Variabel Brand Ambassador	27
Tabel 2.4. Uji Validitas Instrumen Brand Ambassador	30
Tabel 2.5. Tingkat Nilai Uji Reliabilitas	32
Tabel 2.6. Reliabilitas Instrumen Brand Ambassador	33
Tabel 2.7. Operasional Variabel Minat Beli	34
Tabel 2.8. Uji Validitas Instrumen Minat Beli	36
Tabel 2.9. Tingkat Nilai Uji Reliabilitas	38
Tabel 2.10. Reliabilitas Instrumen Minat Beli	39
Tabel 3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	48
Tabel 3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial yang Paling Sering Digunakan	49
Tabel 3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Online Shopping Yang Paling Sering Digunakan	49
Tabel 3.6. Statistik Deskriptif Data Brand Ambassador	50
Tabel 3.7. Statistik Deskriptif Data Minat Beli	51
Tabel 3.8. Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 3.9. Hasil Uji Linearitas Brand Ambassador Terhadap Minat Beli	53
Tabel 3.11. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	55
Tabel 3.12. Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	56
Tabel 3.13. Hasil Uji Koefisien Determinasi	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	i
Lampiran 2 Hasil <i>Output</i> Uji Validitas & Reliabilitas Kuesioner	vii
Lampiran 3 Data Tabulasi Penelitian	ix
Lampiran 4 Analisis Deskriptif Responden.....	xii
Lampiran 5 Hasil Uji Pengolahan Data Penelitian	xvi
Lampiran 6 Tabel r.....	xviii
Lampiran 7 Tabel t.....	xix
Daftar Riwayat Hidup	xx



ABSTRAK

Perkembangan produk perawatan kecantikan (skincare) terus mengalami peningkatan terlebih dengan masuknya budaya korean wave yang telah meningkatkan penjualan kosmetik. Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan adalah dengan penggunaan brand ambassador guna membantu kelancaran perusahaan agar menarik perhatian konsumen. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Song Joong Ki sebagai brand ambassador produk scarlett whitening terhadap minat beli mahasiswa program studi bahasa korea universitas nasional angkatan 2018. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa bahasa korea universitas nasional angkatan 2018, dengan jumlah sampel 114 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah non probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Song Joong Ki sebagai brand ambassador berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat beli produk scarlett whitening. Brand ambassador Song Joong Ki memiliki kontribusi sebesar 72,4% dalam upaya mempengaruhi minat beli produk scarlett whitening, sedangkan sisanya 27,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Brand Ambassador, Minat Beli , Scarlett whitening, Song Joong Ki.*



ABSTRACT

The development of beauty care products (skincare) continues to increase, especially with the entry of the Korean wave culture which has increased cosmetic sales. One of the strategies carried out by the company is to have a strategy with the use of brand ambassadors to help the company run smoothly in order to attract the attention of consumers. The purpose of this study is to find out how much influence Song Joong Ki has as a Scarlett Whitening's brand ambassador on purchase intention in Korean language students at the national university of 2018. This study uses quantitative research methods. The population and sample in this study were Korean language students at the national university of 2018, with a total sample of 114 respondents. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling method. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis and simple linear regression analysis. The results of this study indicate that the variable Song Joong Ki as a brand ambassador has a significant effect on the variable of buying interest in Scarlett Whitening products. Brand ambassador Song Joong Ki contributed 72.4% in an effort to influence buying interest in Scarlett Whitening products, while the remaining 27.6% was influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Brand Ambassador, Purchase Intention, Scarlett whitening, Song Joong Ki.



초록

한류 문화의 증진으로 화장품 매출이 증가하면서 뷰티케어 제품 (스킨케어)의 개발이 지속적으로 증가하고 있다. 회사가 진행하는 전략 중 하나는 브랜드 홍보 대사를 활용해 회사가 원활하게 운영될 수 있도록 하는 전략을 세워 소비자의 관심을 끄는 것이다. 본 연구의 목적은 2018 년도 나시오날 대학교 한국어과 학생들을 대상으로 스카렛 화이트닝의 브랜드 홍보 대사인 송중기가 구매 의도에 미치는 영향을 알아보는 것이다. 본 연구는 양적 연구 방법을 사용하였다. 본 영구의 모집단 및 표본은 2018 년 나시오날 대학교 한국어과에 재학 중인 학생 114 명이다. 사용된 샘플링 기법은 비확률적 표집인 유의표집법이다. 본 연구에서 사용한 데이터 분석 기법은 기술 통계 분석과 단순 선형회귀 분석기법이다. 연구 결과, 브랜드 홍보대사로써의 '송중기'라는 변수가 스카렛 미백제품에 대한 구매 관심도 변수에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 브랜드 홍보 대사인 송중기는 스카렛 미백 제품에 대한 구매 관심도에 영향을 미치는 데 72,4% 기여했으며 나머지 27,6%는 본 연구에서 조사하지 않은 다른 변수의 영향을 받은 것으로 나타났다.

주요 용어 : 홍보대사, 구매 성향, 스카렛 미백, 송중기

