

**PENGARUH VARIASI PRODUK, *KOREAN WAVE*, DAN *ELECTRONIC*  
*WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*MERCHANDISE* K-POP NCT PADA TWITTER DI DKI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

**ADINDA ANDRIANI**

**193402516431**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH VARIASI PRODUK, *KOREAN WAVE*, DAN *ELECTRONIC*  
*WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*MERCHANDISE K-POP NCT* PADA TWITTER DI DKI JAKARTA**

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

**ADINDA ANDRIANI**

**193402516431**



**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 VARIASI PRODUK, *KOREAN WAVE*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE K-POP NCT* PADA TWITTER DI DKI JAKARTA**

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, 2 Februari 2023



Adinda Andriani

NPM : 193402516431

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi** : **PENGARUH VARIASI PRODUK, *KOREAN WAVE*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE* K-POP NCT PADA TWITTER DI DKI JAKARTA**

**Nama Mahasiswa** : **ADINDA ANDRIANI**

**Nomor Pokok** : **193402516431**

**Program Studi** : **MANAJEMEN**



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

**Jakarta, 2 Februari 2023**

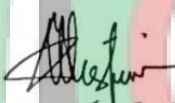
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH VARIASI PRODUK, *KOREAN WAVE*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE K-POP NCT* PADA TWITTER DI DKI JAKARTA

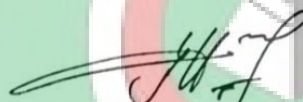
Nama Mahasiswa : ADINDA ANDRIANI  
Nomor Pokok : 193402516431  
Program Studi : MANAJEMEN

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

Menyetujui, Pembimbing Skripsi,

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


Ketua Penguji,

  
(Prof. Dr. Umar Basalim, DES)

Anggota/Penguji,

  
(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Dekan,  
  
(Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta : 7 Februari 2023

Tanggal Lulus : 20 Februari 2023

## ABSTRAK

### **PENGARUH VARIASI PRODUK, *KOREAN WAVE*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE* K-POP NCT PADA TWITTER DI DKI JAKARTA**

Oleh :

**Adinda Andriani**

**193402516431**

Tugas Akhir, di bawah bimbingan Dr. Resti Hardini S.E.,M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Variasi Produk, *Korean Wave*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* K-pop NCT pada Twitter di DKI Jakarta. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu penggemar NCT yang pernah melakukan pembelian *Merchandise* NCT pada Twitter minimal satu kali pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis inferensial dengan regresi linear berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 26.0. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, hasil analisis regresi linear berganda, menggunakan uji t dimana Variasi Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Korean Wave* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan *Electronic Word of Mouth* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Variasi Produk, *Korean Wave*, dan *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata kunci : Variasi Produk, *Korean Wave*, dan *Electronic Word of Mouth*.**

## ABSTRACT

### ***THE EFFECT OF PRODUCT VARIATION, KOREAN WAVE, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH TOWARDS THE PURCHASE DECISION OF K-POP NCT MERCHANDISE ON TWITTER IN DKI JAKARTA***

**By :**

**Adinda Andriani**

**193402516431**

*Thesis, under the guidance of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.*

*This study aims to determine the effect of Product Variation, Korean Wave, and Electronic Word of Mouth towards the Purchase Decisions of K-Pop NCT Merchandise on Twitter in DKI Jakarta. The sample in this study was 100 respondents, that was NCT fans who had purchased NCT merchandise on Twitter at least once. This study uses quantitative methods and using primary data. The data collection technique used was a questionnaire distributed to 100 respondents. In this study, researchers used inferential analysis techniques with multiple linear regression and used the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26.0 program. Based on the results of the research conducted, the results of multiple linear regression analysis, using the t test showed Product Variation (X1) has a positive and significant effect on Purchase Decision. Korean Wave has a positive and significant effect on Purchase Decision and Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on Purchase Decision. So based on the result, it says that Product Variation, Korean Wave, and Electronic Word of Mouth have a positive and significant effect on Purchasing Decisions.*

**Keyword : Product Variation, Korean Wave, and Electronic Word of Mouth**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

1. Nama Lengkap : Adinda Andriani
2. Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 2 Juni 2000
3. Agama : Islam
4. Alamat Rumah : Perumahan Mutiara Gading Timur 2  
Blok T 1 No.16 RT 011 RW 028  
Mustikajaya, Kota Bekasi
5. Telepon : 085892784134
6. Email : dindaandriani6690@gmail.com

### B. Data Pendidikan Formal

1. 2007-2013 : SDN Mustika Jaya VII
2. 2013-2016 : SMP Daya Utama
3. 2016-2019 : SMA Daya Utama
4. 2019-2023 : Universitas Nasional





## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “ **Pengaruh Variasi Produk, Korean Wave, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop NCT Pada Twitter di DKI Jakarta** “ untuk diajukan guna untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, saran, petunjuk dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App., 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 dan selaku pembimbing tugas akhir yang telah berkenan memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan tugas akhir serta memotivasi penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu dan memberikan dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
6. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional.

7. Kepada keluarga tersayang, Bapak dan Ibu serta Kakak dan Adik yang telah memberikan support dan mendoakan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
8. Kepada teman-teman seperjuangan Aufa, Grace, Rusydina, Inna, Dhea, Fitri, Thata dan Vioni yang telah memberikan support dan telah berjuang bersama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kepada teman-teman Meilany, Salsabilla, Jessica, Zafira, Rifda, Amel, Ridha, Nisa, Nicky, Syadilla dan Sabrina yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada para penggemar NCT (NCTZEN) atas partisipasi dan kerjasamanya sebagai responden dalam penelitian ini.
11. Kepada Jung Jaehyun, Lee Jen0 dan member NCT lainnya yang telah memotivasi dan memberikan dukungan dalam penulisan tugas akhir ini.
12. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga Allah SWT memberikan senantiasa membalas kebaikan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dengan terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi pembaca serta menambah referensi bagi yang membutuhkan.

Jakarta, 2 Februari 2023

Penulis,

**ADINDA ANDRIANI**

193402516431

## DAFTAR ISI

|  |     |
|--|-----|
| LEMBAR PERNYATAAN  |     |
| LEMBAR PERSETUJUAN   |     |
| LEMBAR PENGESAHAN  |     |
| ABSTRAK  |     |
| ABSTRACT   |     |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....   | i   |
| KATA PENGANTAR.....  | ii  |
| DAFTAR ISI.....  | iv  |
| DAFTAR TABEL .....   | vi  |
| DAFTAR GAMBAR.....   | vii |
| BAB I.....   | 1   |
| PENDAHULUAN .....  | 1   |
| A. Latar Belakang Masalah .....  | 1   |
| B. Rumusan Masalah.....  | 5   |
| C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....  | 5   |
| 1. Tujuan Penelitian.....  | 5   |
| 2. Kegunaan Penelitian.....  | 6   |
| BAB II.....  | 7   |
| TINJAUAN PUSTAKA.....  | 7   |
| A. Manajemen Pemasaran .....   | 7   |
| 1. Pemasaran .....   | 7   |
| 2. Variasi Produk.....   | 11  |
| 3. Korean Wave.....  | 12  |
| 4. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....                                       | 15  |
| 5. Keputusan Pembelian .....   | 17  |
| B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian .....                                 | 20  |
| 1. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....                  | 20  |
| 2. Pengaruh <i>Korean Wave</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....              | 20  |
| 3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 21  |
| C. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian .....               | 21  |
| D. Kerangka Analisis.....  | 24  |
| E. Hipotesis .....   | 25  |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB III.....</b>                                    | <b>26</b> |
| <b>METODE PENELITIAN.....</b>                          | <b>26</b> |
| <b>A. Objek Penelitian.....</b>                        | <b>26</b> |
| <b>B. Data Penelitian.....</b>                         | <b>26</b> |
| <b>1. Sumber Data dan Jenis Data.....</b>              | <b>26</b> |
| <b>2. Populasi dan Sampel.....</b>                     | <b>26</b> |
| <b>3. Teknik Pengumpulan Data .....</b>                | <b>28</b> |
| <b>C. Definisi Operasional.....</b>                    | <b>28</b> |
| <b>D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....</b> | <b>30</b> |
| <b>1. Metode Analisis .....</b>                        | <b>30</b> |
| <b>2. Pengujian Instrumen Penelitian.....</b>          | <b>30</b> |
| <b>3. Uji Asumsi Klasik .....</b>                      | <b>31</b> |
| <b>4. Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>       | <b>32</b> |
| <b>5. Uji Kelayakan Model.....</b>                     | <b>32</b> |
| <b>6. Pengujian Hipotesis .....</b>                    | <b>33</b> |
| <b>BAB IV .....</b>                                    | <b>35</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>           | <b>35</b> |
| <b>A. Hasil Penelitian.....</b>                        | <b>35</b> |
| <b>1. Deskripsi Data Penelitian.....</b>               | <b>35</b> |
| <b>2. Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>         | <b>35</b> |
| <b>3. Deskripsi Responden.....</b>                     | <b>38</b> |
| <b>4. Analisis Tingkat Persepsi .....</b>              | <b>43</b> |
| <b>5. Hasil Analisis Penelitian.....</b>               | <b>48</b> |
| <b>B. Pembahasan .....</b>                             | <b>63</b> |
| <b>BAB V .....</b>                                     | <b>66</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                      | <b>66</b> |
| <b>A. Kesimpulan .....</b>                             | <b>66</b> |
| <b>B. Saran.....</b>                                   | <b>67</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                             | <b>68</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                   | <b>70</b> |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....   | 21 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....  | 29 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                   | 39 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                             | 40 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                       | 41 |
| Tab3l 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....                      | 43 |
| Tabel 4.7 Skala Likert .....  | 44 |
| Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Average Total Mean Variasi Produk .....               | 45 |
| Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Average Total Mean Korean Wave .....                  | 46 |
| Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Average Total Mean Electronic Word of<br>Mouth ..... | 47 |
| Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Average Total Mean Keputusan Pembelian ...           | 48 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variasi Produk .....                                 | 49 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Korean Wave.....                                     | 50 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Electronic Word of Mouth .....                       | 51 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....                             | 52 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas .....   | 53 |
| Tabel 4.17 Output Uji Normalitas.....   | 54 |
| Tabel 4.18 Output Uji Multikoleniaritas .....                                       | 55 |
| Tabel 4.19 Output Uji Spearman .....  | 56 |
| Tabel 4.20 Ouput Uji Autokorelasi.....  | 59 |
| Tabel 4.21 Ouput Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....                         | 60 |
| Tabel 4.22 Output Uji F .....   | 61 |
| Tabel 4.23 Output Uji Koefisien Determinasi .....                                   | 62 |
| Tabel 4.24 Ouput Uji T .....  | 63 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Grafik Penjualan Merchandise .....                                    | 2  |
| Gambar 2.2 Kerangka Analisis .....   | 24 |
| Gambar 4.3 Boygroup NCT .....  | 37 |
| Gambar 4.4 Jumlah Views Akun Youtube NCT .....                                   | 37 |
| Gambar 4.5 Merchandise NCT .....   | 38 |
| Gambar 4.6 Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis<br>Kelamin ..... | 40 |
| Gambar 4.7 Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....             | 41 |
| Gambar 4.8 Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....         | 42 |
| Gambar 4.9 Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ....        | 43 |
| Gambar 4.10 Scatterplot Normalitas.....  | 54 |
| Gambar 4.11 Scatterplot Spearman.....  | 58 |

