



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* STRAY KIDS TERHADAP
MINAT BELI *SKINCARE* NACIFIC PADA *FANDOM STAY***

SKRIPSI

DANISTI PURI CHAERANI

192007516058

**FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA
PROGRAM STUDI BAHASA KOREA**

JAKARTA

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR STRAY KIDS* TERHADAP
MINAT BELI *SKINCARE NACIFIC* PADA *FANDOM STAY***

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR STRAY KIDS ON
NACIFIC'S SKINCARE PURCHASE INTENTION IN STAY FANDOM***

SKRIPSI

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

DANISTI PURI CHAERANI

192007516058

**FAKULTAS BAHASA DAN SASTRA
PROGRAM STUDI BAHASA KOREA**

JAKARTA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui pada tanggal 24 juli 2023 untuk diujikan.

Dra. Rurani Adinda, M.Ed.

Pembimbing



Mengetahui,

Fandi Sachiya, S.S., M.A.

Ketua Program Studi



Dr. Drs Somadi, M.Pd.

Dekan

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan pada tanggal 15 Agustus 2023

Rahmad Faisal, M.SiM.

Ketua/Penguji

Yayah Cheryah, S.E., M.A.

Sekretaris/Penguji

Dr.Dra. Rurani Adinda, M.Ed.

Pembimbing/Penguji

Fahdi Sachiya, S.S., M.A.

Ketua Program Studi

Dr. Sonadi Sosrohadi, M.Pd

Dekan



HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Danisti Puri Chaerani
Nomor Induk Mahasiswa : 192007516058
Program Studi : Bahasa Korea
Tempat & Tgl. Lahir : Jakarta, 18 Maret 2002
Alamat : Perumahan Puri Pamulang, Jl. Matahari IV, Blok H1/12. Kota Tangerang Selatan

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH BRAND AMBASSADOR STRAYKIDS TERHADAP MINAT BELI SKINCARE NACIFIC PADA FANDOM STAY

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, 25 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Danisti Puri Chaerani

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh *Brand ambassador* Stray Kids Terhadap Minat Beli *Skincare* Nacific Pada *Fandom STAY*" tepat pada waktunya. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Linguistik pada Program Studi Bahasa Korea, Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, dan nasehat dari berbagai pihak. Dalam kesempatan yang baik ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Somadi, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Sastra Universitas Nasional.
2. Bapak Fahdi Sachiya, S.S., M.A., selaku Ketua Program Studi Bahasa Korea Fakultas Bahasa dan Sastra Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Dra. Rurani Adinda, M.Ed., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, ilmu, saran, dan kritik kepada penulis selama berlangsungnya proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh Dosen Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional:
Bapak Fahdi Sachiya, S.S., M.A., Bapak Evan Tjahjono Putra, S.S., M.Ba.,
Ibu Yayah Cheryah, S.E., M.A., Ibu Ko Yoo Kyeong, M.A., Bapak Heri Suheri, S.S., M.M., Bapak Rahmad Faisal, S.E., M.Si.M., Bapak Teguh

Pratama Aditya, S.Si., M.A., Bapak Dr. Tadjuddin Nur, S.S., M.M., Ibu Fitri Meutia, S.S., M.A., Ibu Redita Devi, S.Hum., M.A., Ibu Jung Shua, M.A., Ibu Siti Nurseha, S.S., M.A. Ibu Bunga Astya Syafitri, M.Hum. yang telah memberikan pelajaran dan banyak pengetahuan selama perkuliahan.

5. Kedua orang tua penulis Bapak (alm) Muhammad Mardanis Hia dan Ibu Siti Marfuah yang telah memberikan dukungan secara materi maupun secara moril kepada penulis selama masa pengerjaan skripsi dari awal sampai selesai sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
6. Terima kasih kepada teman-teman Novianti Cahyani, Rizka Amanda Puspita Sari, Grace Ayu Margaretha, dan Thalita Fairuz yang telah menjadi teman seperjuangan dan tempat berbagi cerita suka maupun duka selama hampir 4 tahun berkuliah di Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional.
7. Terima kasih kepada teman-teman Khairunnisa Azzahra E, Putri Azura Hana H, Risma Khairunisa, dan Ariqa Muqsitha S yang telah menjadi teman penulis sejak SMP yang pada akhirnya meskipun berkuliah di tempat berbeda, tetap memberikan dukungan secara moril untuk satu sama lain.
8. Terima kasih kepada Rizky Amelia Putri, Fahira Nur Safinatunaya, Salsa Rida' Alya, Thariq Hafidz Nabil, Mohammad Fajri Aqila, Deti Siti Nurjanah
9. Terima kasih kepada teman-teman seluruh angkatan 2019 Program Studi Bahasa Korea yang telah menemani masa perkuliahan sejak 2019.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan terdapat hal-hal yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, penulis meminta maaf

apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap kritik dan saran yang membangun dari pembaca.

Jakarta, Agustus 2023

Penulis,

Danisti Puri Chaerani



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
초록.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2. Manfaat Praktis.....	7
1.6 Metode Penelitian.....	7
1.7 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data.....	7
1.7.1. Sumber Data.....	7
1.7.2. Teknik Pengambilan Data.....	8
1.8 Sistematika Penyajian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 <i>Brand ambassador</i>	13
2.2.1.1 Pengertian <i>Brand ambassador</i>	13
2.2.1.2 Faktor-Faktor dipilihnya <i>Brand ambassador</i>	14
2.2.1.3 Fungsi Selebriti Sebagai <i>Brand ambassador</i>	16

2.2.1.4	Dimensi <i>Brand ambassador</i>	17
2.2.1.5	Indikator <i>Brand ambassador</i>	18
2.2.2	Minat Beli.....	19
2.2.2.1	Pengertian Minat Beli	19
2.2.2.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	19
2.2.2.3	Dimensi Minat Beli	20
2.2.2.4	Indikator Minat Beli	22
2.3	Keaslian Penelitian	23
2.4	Kerangka Pikir.....	26
2.5	Hipotesis Penelitian	27
2.6	Variabel Penelitian.....	27
2.7	Metodologi Penelitian.....	28
2.7.1	Subjek Penelitian	28
2.7.2	Populasi dan Teknik Sampel	28
2.7.2.1	Populasi.....	28
2.7.2.2	Teknik Sampling	29
2.7.3	Instrumen Penelitian	29
2.7.3.1.	Uji Validitas Variabel.....	32
2.7.3.2.	Uji Reliabilitas Variabel	33
2.7.4	Uji Asumsi Klasik	33
2.7.4.1.	Uji Multikolinearitas.....	34
2.7.4.2.	Uji Heteroskedastisitas	34
2.7.4.3.	Uji Normalitas	35
2.7.4.4.	Uji Autokorelasi	35
2.7.5	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	35
2.7.6	Koefisien Determinasi	36
2.7.7	Uji Parsial.....	36
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		38
3.1	Profil Responden	38
3.2	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner	41
3.3	Hasil Penelitian.....	44
3.3.1	Hasil Uji Validitas	44
3.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	46

3.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	47
3.4.1	Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
3.4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas	48
3.4.3	Hasil Uji Normalitas	49
3.4.4	Hasil Uji Autokolerasi	50
3.5	Persamaan Regresi.....	51
3.6	Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
3.7	Hasil Uji Parsial (Uji t)	52
3.8	Pembahasan Penelitian.....	53
BAB IV KESIMPULAN.....		55
4.1	Kesimpulan.....	55
4.2	Saran	55
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		59
LAMPIRAN.....		61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Negara dengan Pengguna <i>Skincare</i> Korea Selatan Terbanyak	2
Gambar 1.2 Konser Stray Kids Maniac 2nd Tour in Jakarta 2022.....	4
Gambar 1.3 Stray Kids Sebagai <i>Brand ambassador</i> Nacific	4
Gambar 2.1 Pengaruh Antar Variabel.....	27
Gambar 3.1 Jenis Kelamin Responden	38
Gambar 3.2 Usia Responden	39
Gambar 3.3 Uang Saku Responden	39
Gambar 3.4 Sosial Media yang Sering digunakan Responden	40
Gambar 3.5 <i>Marketplace</i> yang Sering digunakan Responden	41
Gambar 3.6 Grafik <i>ScatterPlot</i>	48
Gambar 3.7 Grafik <i>P-P Plot</i>	50



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Skor Skala Likert.....	30
Tabel 2.2 Pernyataan Variabel <i>Brand Ambassador</i>	30
Tabel 2.3 Pernyataan Variabel Minat Beli.....	31
Tabel 3.1 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel X (<i>Brand Ambassador</i>)	41
Tabel 3.2 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Y (Minat Beli).....	43
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas untuk Variabel X.....	45
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas untuk Variabel Y.....	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Relibilitas.....	47
Tabel 3.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 3.7 Signifikansi (<i>abs_res1</i>).....	49
Tabel 3.8 Hasil Uji Autokorelasi.....	51
Tabel 3.9 <i>Coefficients</i> SPSS.....	51
Tabel 3.10 <i>Model Summary</i> SPSS.....	52
Tabel 3.11 <i>Coefficients</i> SPSS.....	53



ABSTRAK

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh ZAP Beauty, Korea Selatan masih menjadi salah satu negara yang menjadi pilihan perempuan Indonesia mengenai pembelian *skincare*. Salah satu produk *skincare* asal Korea Selatan adalah Nacific yang berdiri pada tahun 2015, yang menggunakan Stray Kids sebagai *brand ambassador* untuk mempromosikan produknya. Stray Kids sendiri memiliki banyak penggemar yang disebut STAY. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari Stray Kids sebagai *brand ambassador* terhadap minat beli produk *skincare* Nacific pada *fandom* STAY. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik *sampling* menggunakan teori Roscoe dengan metode *purposive random sampling* yang dianalisis dengan regresi linear sederhana. Sampel pada penelitian ini adalah anggota grup chat konser Stray Kids MANIAC JKT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh dari variabel *brand ambassador* Stray Kids terhadap variabel minat beli produk *skincare* Nacific, yaitu sebesar 75,5% sedangkan sisanya sebesar 24,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: *Brand ambassador, Minat Beli, Stray Kids, Nacific*



ABSTRACT

Based on research conducted by ZAP Beauty, South Korea is still one of the countries that Indonesian women choose when purchasing skincare. One of the skincare products from South Korea is Nacific, which was founded in 2015 and using Stray Kids as brand ambassador to promote their products. Stray Kids has many fans that called STAY. The aim of this research is to find out whether there is an influence of using the Korean idol group Stray Kids as a brand ambassador on the purchase interest of Nacific skincare products among the STAY fandom. This research uses quantitative methods. The sampling technique uses Roscoe theory with a purposive random sampling method which analyzed using simple linear regression. The sample in this research are the members of the Stray Kids MANIAC JKT concert chat group. The research results show that there is an influence from the Stray Kids brand ambassador variable on the Purchase Intention Variable for Nacific skincare products, namely 75.5% while the remaining 24.5% is explained by other variables that were not examined.

Keyword: *Brand ambassador, Purchase Intention, Stray Kids, Nacific*



초록

ZAP 뷰티 (ZAP Beauty)가 실시한 조사에 따르면 한국은 인도네시아 여성들이 스킨케어 제품을 구매할 때 선호하는 국가 중 하나이다. 한국의 스킨케어 제품 중 하나인 Nacific 은 2015 년에 설립되었으며 스트레이키즈를 브랜드 홍보대사로 활용하여 제품을 홍보한다. 스트레이키즈 자체로도 스테이(STAY)라는 팬들이 많다. 본 연구의 목적은 스트레이키즈가 브랜드 홍보대사로서 팬들이 Nacific 스킨케어 제품을 구매하는 데에 영향력이 있는 지 알아보는 것이다. 본 연구는 정량적 방법을 사용한다. 표본 추출 기법은 단순 선형 회귀 분석의 무작위 표본 추출 방법을 사용하였으며 Roscoe 이론을 바탕으로 한다. 본 연구의 표본은 스트레이키즈 MANIAC JKT 콘서트 채팅 그룹방 참여자들이다. 연구 결과, Nacific 스킨케어 제품 구매관심도 변수에 스트레이키즈 브랜드 앰버서더 변수의 영향이 75.5%로 나타났고, 나머지 24.5%는 검증되지 않은 기타 변수에 의해 설명되는 것으로 나타났다.

키워드: 브랜드 앰버서더, 구매 관심도, 스트레이키즈, Nacific

