

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *korean wave*, *brand trust* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett. Responden pada penelitian ini adalah konsumen produk Scarlett yang berjumlah 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan statistika dengan bantuan program SPSS 22. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *korean wave* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *brand trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Korean wave*, *brand trust* dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Scarlett.

Kata kunci: *korean wave*, *brand trust*, *electronic word of mouth*, keputusan pembelian



## **ABSTRACT**

*The aim of this research is to analyze the influence of the Korean wave, brand trust and electronic word of mouth on purchasing decisions for Scarlett products. The respondents in this research were 100 consumers of Scarlett products. This research uses descriptive and statistical analysis methods with the help of the SPSS 22 program. The statistical analysis used in this research is validity testing, reliability testing and multiple linear regression analysis. The research results show that the Korean wave influences purchasing decisions, brand trust influences purchasing decisions, and electronic word of mouth influences purchasing decisions. Korean wave, brand trust and electronic word of mouth influence the decision to purchase Scarlett products together.*

*Keywords: Korean wave, brand trust, electronic word of mouth, purchasing decisions*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Orang tua yang telah mendo'akan dan memberikan kasih sayang dengan segala pengorbanannya
2. Keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan
3. Teman-teman kerja terdekat yang telah memberikan banyak bantuan, motivasi dan masukan
4. Teman-teman kuliah Universitas Putra Bangsa kelas karyawan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu
5. Seluruh *civitas akademika* Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Segala puji bagi penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "*Pengaruh Korean Wave, Brand Trust dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett.*"

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari peran semua pihak yang telah membantu penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Dr. Harini Abrilia Setyawati, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing memberikan kesempatan dan saran kepada penulis.
2. Seluruh Dosen dan *civitas akademika* yang telah membantu dalam proses data yang dibutuhkan.
3. Semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis pada khususnya bagi pembaca atau *civitas akademika* pada umumnya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Kebumen, Januari 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 <i>Korean Wave</i> .....	12
2.1.3 <i>Brand Trust</i> .....	13

2.1.4	<i>Electronic Word of Mouth</i> .....	14
2.2	Penelitian Terdahulu .....	16
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	17
2.4	Kerangka Pemikiran.....	20
2.5	Hipotesis.....	20
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>22</b>
3.1	Obyek dan Subyek Penelitian .....	22
3.1.1	Obyek Penelitian .....	22
3.1.2	Subyek Penelitian.....	22
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	22
3.2.1	Variabel Penelitian.....	22
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	23
3.3	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	26
3.4	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4.1	Data .....	27
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian .....	29
3.5.1	Populasi Penelitian.....	29
3.5.2	Sampel Penelitian.....	29
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.5.4	Penentuan Jumlah Sampel .....	30
3.6	Teknik Analisis Data.....	31
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	31

3.6.2 Analisis Statistik .....	31
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum .....	42
4.2 Analisis Deskriptif.....	53
4.2.1 Jenis Kelamin.....	43
4.2.2 Pekerjaan .....	43
4.2.3 Pengeluaran.....	44
4.3 Analisis Statistik.....	45
4.3.1 Uji Validitas .....	45
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	47
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.3.5 Uji Hipotesis .....	52
4.4 Pembahasan.....	55
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>	<b>58</b>
5.1 Simpulan.....	58
5.2 Keterbatasan .....	58
5.3 Implikasi.....	59
5.3.1 Implikasi Teoritis .....	59
5.3.2 Implikasi Praktis .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>.....</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>.....</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terhadapulu.....	16
Tabel IV.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel IV.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel IV.3 Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	44
Tabel IV.3 Uji Validitas <i>Korean Wave</i> .....	45
Tabel IV.4 Uji Validitas <i>Brand Trust</i> .....	46
Tabel IV.5 Uji Validitas <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	46
Tabel IV.6 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	47
Tabel IV.7 Uji Reliabilitas.....	47
Tabel IV.8 Uji Multikolinieritas.....	48
Tabel IV.9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel IV.10 Uji Parsial (Uji t).....	52
Tabel IV.11 Uji F.....	54
Tabel IV.12 Koefisien Determinasi.....	55



## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Model Penelitian.....	20
Gambar IV.1	Uji Normalitas.....	49
Gambar IV.2	Uji Heterokedastisitas .....	50

