

## **SKRIPSI**

**PENGARUH KOREAN WAVE, BRAND AMBASSADOR  
DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK SCARLETT**  
**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik)**



Diajukan oleh:

**KHIKMATUL MUNAWAROH**  
NIM: 2018020064

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS GRESIK  
GRESIK  
2022**

# **SKRIPSI**

## **PENGARUH KOREAN WAVE, BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik)**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Gresik



Diajukan oleh:

**KHIKMATUL MUNAWAROH**  
NIM: 2018020064

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS GRESIK  
GRESIK  
2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

### PENGARUH KOREAN WAVE, BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik)

#### SKRIPSI

Diajukan oleh:

**KHIKMATUL MUNAWAROH**

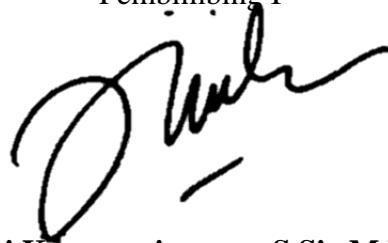
NIM: 2018020064

Skripsi telah disetujui untuk diujikan

Pada Tanggal 20 Juni 2022

Oleh:

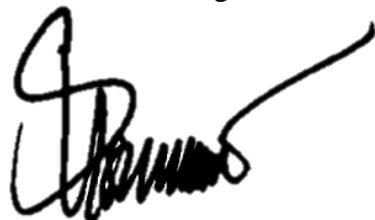
Pembimbing I



**(Dini Kusumaningrum, S.Si., M.M.)**

NIDN 0727078806

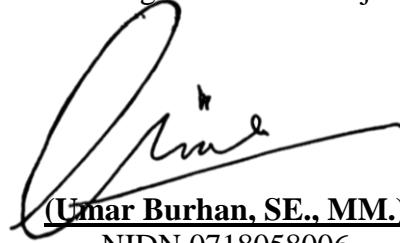
Pembimbing II



**(Susan Novitasari Khadijah, S.E.,M.M.)**

NIDN 0714118803

Ketua Program Studi Manajemen



**(Umar Burhan, SE., MM.)**

NIDN 0718058006

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH KOREAN WAVE, BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik)

#### SKRIPSI

Diajukan oleh:

**KHIKMATUL MUNAWAROH**

NIM: 2018020064

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan telah direvisi  
sebagaimana disarankan oleh Tim Penguji  
Pada Tanggal : 22 Juli 2022

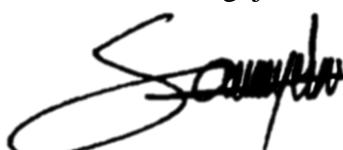
Oleh:

Dosen Pembimbing,



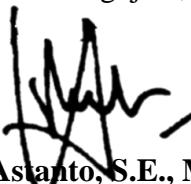
**(Dini Kusumaningrum, S.Si., M.M.)**  
NIDN 0727078806

Tim Penguji  
Dosen Penguji I,



**(Arif Syafi'ur Rochman, S.ST., M.MT)**  
NIDN 0729088705

Dosen Penguji II,



**(Denny Astanto, S.E., M.M.)**  
NIDN 0720107402

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
**(Firdaus Indrajaya Tuharea, S.E., M.Si.)**  
NIDN 0023057801

## SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khikmatul Munawaroh  
NIM : 2018020064  
Fakultas : Ekonomi  
Program : S-1  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul:

**“Pengaruh Korean Wave, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik).”** Adalah hasil karya sendiri dan bukan “Duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar bacaan. Apabila ternyata di dalam Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur Plagiasi, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Gresik, 14 Februari 2022

Yang Menyatakan



Khikmatul Munawaroh

**PENGARUH KOREAN WAVE, BRAND AMBASSADOR  
DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK SCARLETT**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik)**

Khikmatul Munawaroh  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan membuktikan pengaruh *korean wave*, *Brand Ambassador* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk scarlett pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas Gresik. Penelitian ini penting karena ingin membuktikan bahwa dampak *adanya hallyu (korean wave)* yang masih booming hingga saat ini, *internatinal brand ambassador* dan *brand image* mempengaruhi keputusan pembelian produk scarlett pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas Gresik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang di ambil 78 responden dan pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner data kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan dengan teknik *random sampling* dan menggunakan rumus perhitungan *Slovin*. Analisis data menggunakan skala *Likert* menggunakan media *GoogleForm*. Analisa yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini bahwa *hallyu (korean wave)* yang masih banyak digemari hingga saat ini, memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk scarlett bagi mahasiswa fakultas ekonomi universitas Gresik, begitu juga *internatinal brand ambassador* dan *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk scarlett pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas Gresik.

**Kata kunci : *Korean wave, brand ambassador, brand image, dan keputusan pembelian***

**THE EFFECT OF KOREAN WAVE, BRAND AMBASSADOR  
AND BRAND IMAGE ON SCARLETT'S PRODUCT  
PURCHASE DECISION**

*(Case Study on Students of the Faculty of Economics, University of Gresik)*

Khikmatul Munawaroh

Management Study Program, faculty of Economics, Gresik University

**ABSTRACT**

*This study aims to examine and prove the influence of korean wave, Brand Ambassador and brand image on the purchasing decision of scarlett products in students of the faculty of economics, University of Gresik. This research is important because it wants to prove that the impact of the hallyu (Korean wave) which is still booming today, internatinal brand ambassadors and brand image influenced the decision to purchase scarlett products on students of the faculty of economics, University of Gresik. This research uses a quantitative approach. The number of samples taken was 78 respondents and data collection was carried out with questionnaire data questionnaires, interviews, observations, and documentation. This study was conducted using a random sampling technique and using the Slovin calculation formula. Analyze data using the Likert scale using GoogleForm media. The analysis used is multiple linear regression and hypothesis testing.*

*The results of this study that hallyu (Korean wave), which is still widely loved today, has an influence on the decision to purchase scarlett products for students of the faculty of economics, University of Gresik, as well as internatinal brand ambassadors and brand image have a significant positive effect on the decision to purchase scarlett products in students of the faculty of economics, University of Gresik.*

***Keyword : Korean wave, brand ambassador, brand image, and buying decision***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Saya panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan Bimbingan-Nya dan tak lupa juga Shalawat dan salam, semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW Saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Korean Wave, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik).**” dapat terselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

Bersamaan ini perkenankanlah Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan hati yang tulus kepada :

1. Ibu dr. Riski Dwi Prameswari, M.Kes. selaku Rektor Universitas Gresik yang telah menyediakan fasilitas kepada Kami untuk mengikuti pendidikan di Program Studi S1 Manajemen.
2. Bapak Firdaus Indrajaya Tuharea, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada Kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Umar Burhan, SE., MM. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan motivasi kepada Kami untuk menyelesaikan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik
4. Bapak Arif Syafi’ur Rochman, S.ST., M.MT selaku dosen penguji I pada sidang skripsi.
5. Bapak Denny Astanto, S.E., M.M. selaku dosen penguji II pada sidang skripsi.
6. Ibu Dini Kusumaningrum, S.Si., M.M. selaku pembimbing I skripsi yang penuh perhatian dan kesabaran dalam memberi dukungan, bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Susan Novitasari Khadijah, S.E.,M.M. selaku pembimbing II skripsi yang penuh perhatian dan kesabaran dalam memberi dukungan, bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
8. Bapak/Ibu dosen kami yang telah memberikan ilmu, bimbingan dan arahan selama pendidikan, beserta para staf S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
9. Bapak, Mama, Bibang sebagai kedua orang tua Saya dan keluarga yang telah memberikan motivasi, doa, semangat, arahan dan kasih sayang selama proses penyusunan skripsi.

10. Sahabat Saya Iyer, Mbak Shintya, Naufal, Shima serta semua teman - teman mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik angkatan 2018 yang telah memberikan masukan demi terselesaikannya skripsi ini.
11. Partisipan yang telah bersedia menjadi partisipan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
12. Terimakasih kepada Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook para member BTS yang sudah mengajarkan saya untuk tidak mudah menyerah terhadap satu penyampaian saja, tidak terlalu lama bersedih, dan tidak pernah mendengar kata kata kebencian terlalu lebih.
13. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for always being a giver, And tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu Semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah memberi kesempatan, dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Saya sadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, tetapi kami berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan bagi pendidikan Ekonomi.

Gresik, 30 Desember 2021

Penulis,

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	8
1.3    Tujuan Penelitian .....	9
1.4    Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1    Teoritis .....	10
1.4.2    Praktis .....	10
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1    Landasan Teori .....	12
2.1.1    Peralatan Promosi dalam Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.2    Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	13
2.1.3    Bentuk Komunikasi Pemasaran .....	14
2.1.4    Proses Komunikasi Pemasaran .....	17
2.1.5    Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	17
2.1.6    Pengertian Iklan .....	18
2.1.7    Fungsi Iklan .....	19
2.1.8    Sifat Iklan.....	19
2.1.9    Tujuan Iklan .....	20

2.1.10	Indikator Iklan.....	20
2.1.11	Pengertian <i>Korean Wave</i> .....	21
2.1.12	Indikator <i>Korean Wave</i> .....	24
2.1.13	Karakteristik <i>Korean Wave</i> .....	24
2.1.14	Generasi <i>Korean Wave</i> .....	25
2.1.15	<i>Korean Wave</i> Di Indonesia .....	26
2.1.16	Pengertian Brand.....	31
2.1.17	Tujuan Brand .....	31
2.1.18	Pengertian <i>Brand Ambassador</i> .....	34
2.1.19	Tujuan <i>Brand Ambassador</i> .....	34
2.1.20	Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	35
2.1.21	Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	35
2.1.22	Indikator <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	36
2.1.23	Pengertian Perilaku Konsumen.....	37
2.1.24	Teori Perilaku Konsumen .....	38
2.1.25	Faktor Perilaku Konsumen .....	38
2.1.26	Pengertian Keputusan Pembelian .....	41
2.1.27	Jenis-Jenis Keputusan Pembelian .....	43
2.1.28	Indikator Keputusan Pembelian.....	44
2.2	Hubungan Antar Variabel.....	45
2.2.1	Hubungan <i>Korean Wave</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	45
2.2.2	Hubungan <i>Brand Ambassador</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	45
2.2.3	Hubungan <i>Brand Image</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	46
2.3	Penelitian Terdahulu .....	47
2.4	Kerangka Konseptual.....	52
2.18	Hipotesis .....	53
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>54</b>	
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	54
3.2	Definisi Operasional Variabel .....	54

3.2.1	Variabel Independen (Variabel Bebas).....	54
3.2.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat) .....	55
3.3	Indikator Variabel Penelitian .....	56
3.4	Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	57
3.4.1	Populasi.....	57
3.4.2	Sampel .....	57
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	58
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	59
3.5.1	Data Primer .....	59
3.5.2	Data Sekunder.....	60
3.6	Metode Analisis Data.....	60
3.6.1	Statistik Deskriptif .....	61
3.6.2	Interval .....	61
3.6.3	Uji Validitas .....	63
3.6.4	Uji Reliabilitas .....	64
3.6.5	Analisis Korelasi.....	64
3.6.6	Uji Asumsi Klasik.....	65
3.6.7	Analisa Regresi Linear Berganda .....	67
3.6.8	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	68
3.6.9	Uji Hipotesis .....	68
3.6.10	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71
<b>BAB 4 PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	72
4.1.1	Universitas Gresik.....	72
4.2	Waktu Penelitian .....	77
4.3	Hasil Penelitian .....	77
4.3.1	Deskripsi Karakteristik Responden .....	77
4.3.2	Statistik Deskriptif .....	84
4.3.3	Interval .....	85
4.3.4	Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Karakteristik Responden.....	86

4.3.5	Uji Validitas .....	98
4.3.6	Uji Reliabilitas .....	101
4.3.7	Analisis Korelasi.....	102
4.3.8	Uji Asumsi Klasik.....	104
4.3.9	Analisa Regresi Linier Berganda .....	115
4.3.10	Analisa Determinasi ( $R^2$ ) .....	117
4.3.11	Uji Hipotesis .....	118
4.4	Pembahasan Hasil .....	124
<b>BAB 5</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>132</b>
5.1	Kesimpulan .....	132
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	132
5.3	Saran .....	133
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>135</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>140</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Komunikasi Pemasaran.....	17
Gambar 2.2 Potongan Gambar Single "SUPER TUNA" Kim-Seok Jin BTS .....	29
Gambar 2.3 Proses Pembelian Konsumen .....	42
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual .....	52
Gambar 3. 1 Durbin Watson .....	66
Gambar 3. 2 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F.....	70
Gambar 3. 3 Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-t.....	71
Gambar 4. 2 Lambang Universitas Gresik .....	73
Gambar 4. 3 Gambar Struktur Organisasi Universitas Gresik .....	74
Gambar 4. 4 Diagram komposisi konsumen berdasarkan jenis kelamin .....	78
Gambar 4. 5 Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Usia .....	80
Gambar 4. 6 Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Asal Prodi .....	81
Gambar 4. 7 Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Semester.....	82
Gambar 4. 8 Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Berapa Kali Responden Sudah Menonton Iklan Produk Scarlett yang di Bintangi Oleh Twice dan Song Joong-Ki di Instagram, Tiktok, Facebook .....	83
Gambar 4. 9 Grafik Histogram.....	105
Gambar 4. 10 Grafik Normal Probability Plot .....	106
Gambar 4. 11 Hasil Uji Durbin Watson.....	107
Gambar 4. 12 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ Uji-t <i>Korean Wave</i> .....	120
Gambar 4. 13 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ Uji-t <i>Brand Ambassador</i> .....	121
Gambar 4. 14 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ Uji-t <i>Brand Image</i> .....	122
Gambar 4. 15 Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-F.....	124

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perkembangan Hallyu 1.0 Hingga Perkiraan Perkembangan Hallyu 4.0 Di Dunia .....	25
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	47
Tabel 3. 1 Tabel Indikator Variabel Penelitian .....	56
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Korean Wave (X <sub>1</sub> ), Brand Ambassador (X <sub>2</sub> ), Dan Brand Image (X <sub>3</sub> ).....	59
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran Korean Wave (X <sub>1</sub> ), Brand Ambassador (X <sub>2</sub> ), Dan Brand Image (X <sub>3</sub> ).....	62
Tabel 3. 4 Dasar Interpretasi Skor Rata-rata .....	63
Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r .....	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Prodi .....	80
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....	81
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Responden Sudah Menonton Iklan Produk Scarlett yang di Bintangi Oleh Twice dan Song Joong-Ki di Instagram, Tiktok, Facebook .....	82
Tabel 4.6 Tabel Statistik Deskriptif .....	84
Tabel 4.7 Dasar Interpretasi Skor Rata-Rata .....	85
Tabel 4.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator <i>Understanding</i> .....	86
Tabel 4.9 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator <i>Attitude And Behavior</i> .....	87
Tabel 4.10 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator <i>Preception</i> .....	88
Tabel 4.11 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator <i>Visibility</i> .....	89
Tabel 4.12 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator <i>Credibility</i> .....	89
Tabel 4.13 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator <i>Attraction</i> .....	90
Tabel 4.14 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator <i>Power</i> .....	91
Tabel 4.15 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator <i>Corporate Image</i> .....	92
Tabel 4.16 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator <i>User Imager</i> .....	92
Tabel 4.17 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator <i>Product Image</i> .....	93
Tabel 4.18 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Tentang Jenis Produk .....	94
Tabel 4.19 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Tentang Merek .....	94
Tabel 4.20 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Tentang Bentuk Produk.....	95

Tabel 4.21	Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Tentang Tempat Penjualan.....	96
Tabel 4.22	Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Tentang Jumlah Produk Yang Dibeli .....	96
Tabel 4.23	Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Tentang Waktu Pembelian .....	97
Tabel 4.24	Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Tentang Cara Pembayaran .....	98
Tabel 4.25	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Korean Wave</i> .....	99
Tabel 4.26	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Internaional Brand Ambassador</i> .....	99
Tabel 4.27	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	100
Tabel 4.28	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	100
Tabel 4.29	Hasil Uji Reliabilitas.....	101
Tabel 4.30	Analisis Korelasi .....	103
Tabel 4.31	Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	104
Tabel 4.32	Hasil Uji Autokorelasi .....	108
Tabel 4.33	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	109
Tabel 4.34	Uji Multikolinieritas.....	110
Tabel 4.35	Hasil Uji Linieritas Variabel <i>Korean Wave</i> .....	112
Tabel 4.36	Hasil Uji Linieritas Variabel <i>Internatonal Brand Ambassador</i> .....	113
Tabel 4.37	Hasil Uji Linieritas Variabel <i>Brand Image</i> .....	114
Tabel 4.38	Analisa Regresi Linier Berganda .....	116
Tabel 4.39	Analisa Determinasi ( $R^2$ ) .....	117
Tabel 4.40	Hasil Uji-t.....	119
Tabel 4.41	Hasil Uji F .....	123

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Izin.....	140
Lampiran 2 Surat Balasan .....	141
Lampiran 3 Lembar Konsultasi Skripsi .....	142
Lampiran 4 Penjelasan Dan Informasi ( <i>Informed Consent</i> ) .....	146
Lampiran 5 Instrumen kuesioner .....	147
Lampiran 6 Instrumen <i>Interview Guide</i> .....	152
Lampiran 7 Hasil Uji Data .....	153
Lampiran 8 Tabulasi Data.....	163
Lampiran 9 Tabel F .....	172
Lampiran 10 Tabel Durbin Watson.....	173
Lampiran 11 Tabel T.....	174
Lampiran 12 Tabel R .....	175