

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), *BRAND*  
*AMBASSADOR* DAN *KOREAN WAVE* TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK SOMETHINC (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

**DITA AIVIA HAPSARI**

**NPM: 20420154**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Dita Aivia Hapsari  
NPM : 20420154  
Alamat : Jl. Kalibutih No. 86, Tembok Dukuh, Bubutan, Surabaya  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Ambassador, Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee)”** bukan merupakan plagiasi atau sanduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Surabaya, 25 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan,



(Dita Aivia Hapsari)

NPM: 20420154

SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, *BRAND*  
*AMBASSADOR* DAN *KOREAN WAVE* TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK SOMETHINC (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee)

Diajukan oleh :

DITA AIVIA HAPSARI

NPM : 20420154

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com

Tanggal, 17 Juli 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Tanggal, 17 Juli 2024

**SKRIPSI**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, *BRAND*  
*AMBASSADOR* DAN *KOREAN WAVE* TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK SOMETHINC (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee)**

**Diajukan oleh:**  
**DITA AIVIA HAPSARI**  
**NPM: 20420154**


**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

Pembimbing Utama



Dr. Santirianingrum Sebandhi, SE., M.Com

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Wahyudiono, SE., MM



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, 17 Juli 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM  
Ketua Program Studi Manajemen

## ABSTRAK

Tujuan utama penelitian ini adalah mengukur seberapa besar *electronic word of mouth* (E-WOM), brand ambassador, dan korean wave dalam mendorong minat beli produk Somethinc di kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dan sampel dari penelitian ini berjumlah 150 responden yang semuanya mengetahui tentang produk Somethinc. Penelitian ini mengadopsi analisis regresi linier berganda untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS V.20 dengan mengacu pada uji regresi berganda, koefisien determinasi, uji asumsi klasik, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan E-WOM berpengaruh signifikan terhadap minat beli, *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan *korean wave* tidak berpengaruh terhadap minat beli

**Kata Kunci:** *Electronic Word of Mouth, Brand Ambassador, Korean Wave* dan Minat Beli

### **ABSTRACT**

*The main objective of this study is to measure how much electronic word of mouth (E-WOM), brand ambassador, and korean wave drive the purchase interest of Somethinc products in the city of Surabaya. This study uses a quantitative method. The population and sample of this study amounted to 150 respondents who all know about Somethinc products. This study uses multiple linear regression analysis to identify the relationship between variables. The data were analyzed using SPSS V.20 software with reference to the multiple regression test, coefficient of determination, classical assumption test, and t-test. The results of the study showed that E-WOM had a significant effect on purchase interest, brand ambassador had a significant effect on purchase interest and korean wave had no effect on purchase interest*

**Keywords:** *Electronic Word of Mouth, Brand Ambassador, Korean wave, and Purchase Intention*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah dan limpahan rahmat-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, *BRAND* AMBASADOR, DAN *KOREAN WAVE* TERHADAP MINAT BELI PRODUK SOMETHINC (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee)”

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Program Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Tak lupa penulis juga memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penyelesaian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini disebabkan karena keterbatasan ilmu dan keterampilan yang dimiliki penulis. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan sangat berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr.Sp. THT-KL (K) FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Andrianto Trimarjono, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam

mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.

5. Ibu Wiwik Herawati, SE.MM selaku Dosen Wali yang telah membantu penulis memberikan arahan dan nasihat dari awal perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
7. Seluruh *Staff* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua penulis, Bapak dan Ibu yang selalu mendo'akan agar lulus kuliah dengan baik dan tidak ada lelah untuk memberi dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
9. Kepada diri penulis sendiri yang telah kuat lahir dan batin untuk menyelesaikan masa kuliah dan penulisan skripsi ini.
10. Kepada Fika Risqi Wulandari dan Aulia Mahfudatus Sholikhah terimakasih telah menemani dari awal perkuliahan sampai saat ini.
11. Kepada Theresia Diva Manopo dan Amelinda Go terimakasih telah menemani dan memberi semangat kepada penulis saat membuat skripsi ini.
12. Kepada Gabriela Armada Audrey yang selalu memberikan bantuan dan saran untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
13. Rekan-rekan seangkatan 2020 di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terimakasih telah memberikan kenangan dan bantuan selama masa kuliah.



14. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tetapi tetap penulis akan mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya.

Semoga Allah selalu memberikan limpahan rahmat atas segala jasa dan kebaikan serta bantuan yang diberikan kepada penulis. Dengan demikian penulis mengakhiri kata pengantar ini sekaligus sebagai pembuka dari skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan, maupun untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, 19 Juni 2024

Penulis



(Dita Aivia Hapsari)

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Surat Pernyataan Bebas Plagiasi .....	ii
Halaman Persetujuan .....	iii
Halaman Susunan Dewan Penguji .....	iv
Abstrak.....	v
Abstract .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Skripsi .....	12
<b>BAB 2 TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 LANDSAN TEORI .....	15
2.1.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	15
2.1.2 Pengertian <i>Brand Ambassador</i> .....	20
2.1.3 Pengertian <i>Korean Wave</i> .....	24
2.1.4 Pengertian Minat Beli.....	28
2.1.5 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	37
2.3. Hipotesis dan Model Analisis .....	43
2.3.1. Hipotesis .....	43
2.3.2 Model Analisis .....	43
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	44
3.2 Populasi dan Sampel.....	45
3.2.1 Populasi .....	45
3.2.2 Sampel.....	45

3.3 Identifikasi Variabel .....	47
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	47
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	54
3.5.1 Jenis Data.....	54
3.5.2 Sumber Data .....	55
3.5 Prosedur Pengumpulan Data .....	55
3.7 Teknik Analisis 3.7 Teknik Analisis .....	57
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	62
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	66
4.1.1 Sejarah Singkat Somethinc .....	66
4.1.2. Produk Somethinc .....	68
4.1.3. Strategi Pemasaran Somethinc.....	69
4.2 Hasil Penelitian .....	72
4.2.1 Karakteristik Responden .....	72
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	76
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden.....	77
4.4 Analisis Data .....	81
4.4.1 Uji Validitas .....	81
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	83
4.4.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	84
4.4.4 Hasil Koefisien Determinasi ( $R_2$ ) .....	86
4.4.5 Uji Asumsi Klasik.....	87
4.4.6 Uji t.....	91
4.5 Pembahasan Hasil penelitian .....	92
4.5.1 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli Somethinc	92
4.5.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli Somethinc .....	93
<b>BAB 5 SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN.....</b>	<b>96</b>
5.1 Simpulan .....	96
5.1 Saran .....	96
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	97

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	37
Tabel 3.1 Bobot kuisisioner berdasarkan pada pengukuran skala likert .....	56
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-Rata Per Bulan..	76
Tabel 4.5 Kategori Jawaban Responden .....	77
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap E-WOM (X1).....	78
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Ambassador</i> (X2) .....	79
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Korean Wave</i> (X3) .....	80
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Minat Beli (Y) .....	81
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas .....	82
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	83
Tabel 4.12 Tabel Uji Regresi Linier Berganda .....	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	86
Tabel 4.14 Hasil Uji Non Multikolinearitas.....	88
Tabel 4.15 Hasil Uji Non Autokorelasi .....	89
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji t .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Produk BPOM 2022.....	3
Gambar 1.2 Statistik Produk BPOM 2023.....	3
Gambar 2.1 Model Analisis.....	43
Gambar 4.1 Logo Somethinc.....	66
Gambar 4.2 Produk Somethinc .....	69
Gambar 4.3 Grafik Pengujian Normalitas.....	87
Gambar 4.4 Grafik Pengujian Non Heterokedastisitas .....	90

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner.....	102
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	110
Lampiran 3 Data Output Spss.....	127
Lampiran 4 Tabel Durbin Watson dan Tabel Pengujian Nilai t .....	132