

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN SIKAP ATAS *KOREAN WAVE*
TERHADAP NIAT BELI DENGAN SIKAP ATAS *KKOT MINAM*
DAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA
KOSMETIK MEREK *THE FACE SHOP***

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGAI PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
DEPARTEMEN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH

JUNIATI

NIM: 041012259

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2015

SKRIPSI

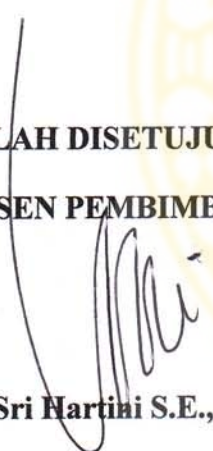
**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN SIKAP ATAS *KOREAN WAVE*
TERHADAP NIAT BELI DENGAN SIKAP ATAS ENDORSER *KKOT*
MINAM DAN CITRA MEREK SEBAGAI VARAIABEL MEDIASI PADA
KOSMETIK *THE FACE SHOP***

DIAJUKAN OLEH:

JUNIATI

NIM: 041012259

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH
DOSEN PEMBIMBING,**


Dr. Sri Hartiati S.E., M.Si.

TANGGAL 24/2/2015

KETUA PROGRAM STUDI 

Dra. Ec. Nuri Herachwati, M.Si., M.Sc

TANGGAL 24/2/2015

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya (Juniati, 041012259), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil karya peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Airlangga maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 04 Mei 2015



Juniati

NIM 041012259

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, taufik, dan hidayah Nya sehingga penyusunan skripsi ini sebagai syarat untuk memenuhi kelulusan Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini membahas tentang “PENGARUH RELIGIUSITAS DAN SIKAP ATAS *KOREAN WAVE* TERHADAP NIAT BELI DENGAN SIKAP ATAS ENDORSER *KKOT MINAM* DAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KOSMETIK MEREK *THE FACE SHOP*”

Selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof.Dr. H. Muslich Anshori, SE, M.Sc, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Nuri Herachwati, M.Si., M.Sc, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.

3. Ibu Dr. Sri Hartini, SE., M.Si., sebagai Dosen Pembimbing yang telah sabar meluangkan waktu, dan memberi masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Keluarga yang telah sabar dan membantu penuh doa mendukung penulis selama masa perkuliahan. Untuk ibu Samilah, ayah Chandra Hadi, bu de Suminten.
5. Bapak dan Ibu Dosen penganjar S1 Manajemen Univeristas Airlangga.
6. Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya departemen manajemen, Mas Lukman dan kawan-kawan yang telah banyak memberi arahan dalam proses administrasi.
7. Teman tersayang Silvina Rosalina, Siska Dewi, Rizky Hidayah, dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang memberi semangat, kritik, saran, dan waktunya.
8. Teman-teman WEBS (*Workshop Entrepreneur Business Scociety*) Lora Dewi, Anniza Citra, Neli Asih, Dimas Farid, Arif Fauzi, Arif Johan, Hanif Faizal, Dimas Januar, Aditya Darmawan, Fijar Dianti, Bimo Berdia dan teman-teman yang lain. Terimakasih atas waktu, tenaga, pikiran, tawa dan semuanya. *You guys so inspiring.*
9. Teman-teman selama kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Wita Meidya, Arif Johan, Rizky Kurnia, Dita Reza, Frida Rachma, Hilda Sukma, Vivi Rodiyatul, Fijar Dianti, Ike Yulianingtyas, Dimas Diyaksa, Abdullah Hakim, Miko Herlambang, Chynthia Eka, Egsantya, Kennely Isnaini.

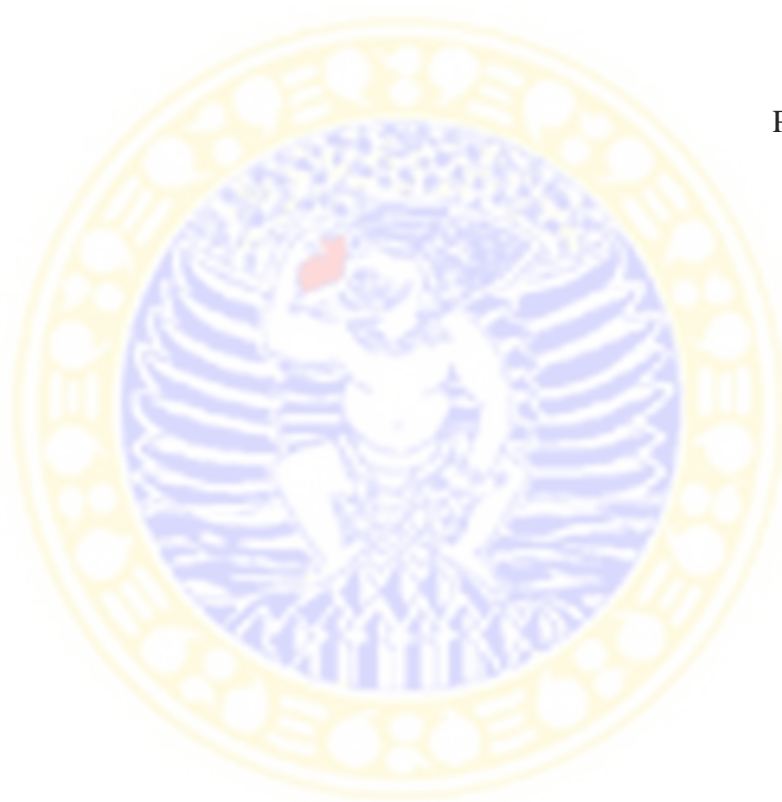
10. Teman-teman SMA IPIEMS angkatan 2007 Ratih Nidia, Rekly Yanda, Bima Sopiandi, Nurul Isnaini, Choirul Ariffin dll. Terimakasih waktunya, terimakasih atas tenaga untuk balas *chat* line yang tidak penting di grup, terimakasih perhatiannya, terimakasih bantuannya. *I called it home ☺*
11. Teman-teman kelompok mata kuliah KWU, Dimas Cakraningrat, Bagus Anggara, Hera Rachmawati, Mulyani Djani, Tandid Nasal, dan. Krisna Taufan. Kalian adalah kelompok tugas mata kuliah yang paling menyenangkan, terimakasih atas waktu, tenaga, dan materi.
12. Temen KKN BBM 449 Sampang, Jrengik, Desa Kotah. Natalia Indah, Dina Rachmawati, Anggun Alfina, Cecilia Niken, Irma Aninda, Nimas Ayu, Dayanara Lopita, Sarah Istiqomah, Dimas Cipta, Hadi Muhammad, Muhammad M Ridlo, Irqy Alfian, Adanan, Barcelona Bakara. Senang bisa satu kelompok dengan kalian. Terimakasih waktunya, perhatian, tawa, tenaga dan semuanya.
13. Ratih Nidia, Silvina Rosalina, Lora Dewi, dan Natalia Indah, terimakasih waktunya, perhatian, bantuan, canda tawa, dan kritik. Terimakasih sudah menjadi pendengar yang baik.
14. Teman-teman yang membantu menyebar kuesioner Neno Diar, Niluh Handriyani, Muhhammad Fikri, Rekly Yanda, Muhammad Fajar Rajasa Fikri.
15. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan

hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Selain itu penulis juga berharap semoga hasil penyusunan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan. Aamiin.

Surabaya, Februari 2015

Penulis



ABSTRAKSI

Penelitian ini meneliti pengaruh religiusitas, dan sikap atas *Korean wave* terhadap niat beli dengan sikap atas endorser *kkot minam*, dan citra merek sebagai variabel mediasi pada kosmetik merek *The Face Shop*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebar 120 kuisioner kepada responden yang berada di Surabaya dan sekitarnya. Kuisioner disebar dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* khususnya teknik *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan *partial least square* yang diolah menggunakan *software* smart PLS 2.0.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh pada sikap atas endorser *kkot minam*, sedangkan variabel sikap atas *Korean wave* berpengaruh secara signifikan pada sikap endorser atas *kkot minam*. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa sikap atas endorser *kkot minam* berpengaruh secara signifikan terhadap citra merek, begitu pula pengaruh citra merek terhadap niat beli.

Kata Kunci: Religiusitas, *Korean wave*, *Kkot minam*, Citra merek, dan Niat Beli.

ABSTRACT

This study examined the effect of religiosity, and attitudes toward Korean Wave on purchase intention with attitude towards Kkot Minam endorser and brand image as a mediating variable in cosmetic brand The Face Shop. This study uses quantitative methods. This study uses primary data by spreading 120 questionnaires to the respondents who were in Surabaya and surrounding areas. Questionnaires distributed using non-probability sampling method especially purposive sampling technique. The techniques using partial least square analysis were processed using software smartPLS 2.0.

The result of hypothesis test indicate that religiosity has no effect on attitudes toward Kkot Minam endorser, while the attitude toward Korean wave variable significant influence on attitudes toward Kkot Minam endorser. In this study also found that attitudes toward Kkot Minam endorser has effect on brand image significantly, as well as the influence of brand image on purchase intention.

Keywords: Religiosity, the Korean wave, Kkot Minam, brand image, and Purchase Intention.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.5 Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 Konsep Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	20
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	21
2.1.3 Periklanan	22
2.1.4 Kosmetik	23

2.1.5	Budaya	24
2.1.5.1	Budaya Populer	26
2.1.5.2	<i>Korean Wave</i>	27
2.1.5.3	<i>Content of Korean Wave</i>	28
2.1.6	Endorser	29
2.1.6.1	<i>Metrosexual</i>	30
2.1.6.2	<i>Kkot Minam</i>	32
2.1.7	Sikap	34
2.1.7.1	Sikap atas <i>Korean Wave</i>	35
2.1.7.2	Sikap atas <i>Kkot Minam</i>	35
2.1.8	Religiusitas	35
2.1.9	Citra Merek	37
2.1.10	Niat Beli	38
2.1.11	Hubungan Antar Variabel	38
2.1.11.1	Pengaruh Religiusitas terhadap Sikap atas Endorser <i>Kkot Minam</i>	38
2.1.11.2	Pengaruh Sikap atas <i>Korean Wave</i> terhadap Sikap atas Endorser <i>Kkot Minam</i>	42
2.1.11.3	Pengaruh Sikap atas Endorser <i>Kkot Minam</i> terhadap Citra Merek	44
2.1.11.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli	45
2.2	Penelitian Sebelumnya	46
2.3	Hipotesis	47
2.4	Model Penelitian	48

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Pendekatan Penelitian	50
3.2	Identifikasi Variabel	50
3.3	Definisi Operasional	52
3.3.1	Variabel Eksogen (X)	52
3.3.2	Variabel Endogen Antara (Z)	54
3.3.3	Varuabel Endogen Tergantung (Y)	55
3.4	Jenis dan Sumber Data	56
3.5	Prosedur Pengumpulan Data	57
3.5.1	Prosedur Pemilihan dan Penentuan Sampel	57
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	59
3.6	Teknik Analis	59
3.6.1	Uji Validitas.....	59
3.6.2	Uji Reliabilitas	60
3.6.3	Uji Mediasi	61
3.6.4	<i>Partial Least Square</i>	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Subyek Penelitian	64
4.1.1	<i>The Face Shop</i>	64
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	67
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	67
4.2.1.1	Klasifikasi Usia Responden	67
4.2.1.2	Klasifikasi Pemasukan Responden	68
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	68

4.2.2.1	Variabel Religiusitas	69
4.2.2.2	Variabel Sikap atas <i>Korean Wave</i>	71
4.2.2.3	Variabel Sikap atas Endorser <i>Kkot Minam</i>	73
4.2.2.4	Variabel Citra Merek	75
4.2.2.5	Variabel Niat Beli	77
4.3	Analisi Model dan Pengujian Hipotesis	79
4.3.1	Analisis Model Pengukuran <i>Outer Model</i>	79
4.3.1.1	Uji Validitas	79
4.3.1.2	Uji Reliabilitas	85
4.3.2	Analisis Model Pengukuran <i>Inner Model</i>	86
4.3.3	Uji Mediasi	88
4.4	Pengujian Hipotesis	91
4.4.1	Hipotesis Pertama	91
4.4.2	Hipotesis Kedua	91
4.4.3	Hipotesis Ketiga	92
4.4.4	Hipotesis Keempat	92
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	93
4.5.1	Pengaruh Religiusitas terhadap Sikap atas Endorser <i>Kkot Minam</i>	93
4.5.2	Pengaruh Sikap atas <i>Korean Wave</i> terhadap Sikap atas Endorser <i>Kkot Minam</i>	94
4.5.3	Pengaruh Sikap atas Endorser <i>Kkot Minam</i> terhadap Citra Merek	95
4.5.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli	96

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	98
5.2.1	Saran bagi Pemasar	98
5.2.2	Saran bagi Akademisi	99
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN		



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Tayangan Video Musik Korea Berdasarkan Negara pada Tahun 2011	4
<i>Gambar 1.2 Boy Band Shinee Sebagai Endorser Produk Kosmetik Etude House.....</i>	10
Gambar 1.3 Aktor Song Joong Ki sebagai Endorser Kosmetik Laneige	11
Gambar 2.1 Tipe Budaya Populer	26
Gambar 2.2 Pemain Sepak Bola David Beckham sebagai <i>Metrosexual Celebrities</i>	31
Gambar 2.3 Lee Taemin Artis Korea yang Bergaya <i>Kkot Minam</i>	33
Gambar 2.4 Model Penelitian	49
Gambar 4.1 Logo <i>The Face Shop</i>	64
Gambar 4.2 <i>Outer Model</i>	90
Gambar 4.3 <i>Inner Model</i>	90

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasukan per Bulan	68
Tabel 4.3 Kategori Mean dari Skor Interval	69
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Religiusitas	60
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Sikap atas <i>Korean Wave</i>	71
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Sikap atas Endorser <i>Kkot Minam</i>	74
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	76
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli	77
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Konvergen Indikator Penelitian (<i>Outer Loading</i>)	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Konvergen Indikator Penelitian (<i>Outer Loading</i>) Setelah Indikator R4 Dihilangkan	81
Tabel 4.11 <i>Overview</i> Hasil Variabel Penelitian	82
Tabel 4.12 Hasil <i>Cross Loading</i> Penelitian	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian	85
Tabel 4.14 <i>Path Coeficient</i> Hasil Penelitian	86
Tabel 4.15 Hasil Nilai <i>R Square</i> Masing-Masing Variabel Endogen	88
Tabel 4.16 Hasil Nilai Total Effect pada Hipotesis yang Signifikan	89
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis	91

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Input Data Penelitian
- Lampiran 3 Hasil *Output*
- Lampiran 4 *Inner* dan *Outer* Model

