

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* SELEBRITI KOREA DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE SCARLETT WHITENING PADA SANTRI GEN Z DI BANTUL**



SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Ilmu Al Qur'an An Nur Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh:

Vea Afi Antica

NIM: 21.40.21.41

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT ILMU AL QUR'AN AN NUR YOGYAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Vea Afi Antica
NIM : 21402141
Tempat, tanggal lahir : Hraja hajosari, 11 Maret 2025
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Alamat rumah : Braja Indah, Kec. Braja Selehah, Lampung Timur, Lampung
Judul : Pengaruh *Brand Ambassador* Selebriti Korea dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian *skincare* Scarlett Whitening pada Santri Gen Z di Bantul

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi yang saya ajukan, benar asli karya ilmiah yang saya tulis sendiri
2. Bilamana skripsi yang sudah di munaqosyahkan dan diwajibkan revisi, maka saya bersedia merevisi dalam waktu yang sudah ditentukan sebagaimana tercantum dalam berita acara jika melebihi batas waktu yang ditentukan, maka saya bersedia untuk dikurangi nilainya atau dinyatakan gugur dan bersedia mengikuti siding munaqosyah ulang.
3. Apabila dikemudian hari ternyata diketahui bahwa karya tersebut bukan karya saya (plagiasi) baik sebagian maupun keseluruhan, maka saya bersedia menerima sanksi dan dibatalkan gelar keserjanaan saya dengan segala hak yang melekat didalamnya.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Bantul, 24 Februari 2025

Yang menyatakan



(Vea Afi Antica)

NIM: 21402141

NOTA DINAS PEMBIMBING

Puji Solikhah, M.M

Hal : Skripsi Sdri, Vea Afi Antica

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IIQ An Nur Yogyakarta
Di Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, mengoreksi, dan melakukan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara/i:

Nama	: Vea Afi Antica
NIM	: 21.40.21.41
Prodi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul	: Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Selebriti Korea Dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Skincare Scarlett Whitening</i> Pada Santri Gen Z Di Bantul

Maka kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Kami berharap skripsi tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Puji Solikhah, M.M

NIDN. 2130037902

HALAMAN PENGESAHAN



جَامِعَةُ الْوُزْ لِلْعُلُومِ الْقُرْآنِيَّةِ

INSTITUT ILMU AL QUR'AN AN NUR YOGYAKARTA

FAKULTAS : TARBIYAH - USHULUDDIN - EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

www.iiq-annur.ac.id / e-mail: iiqannur@gmail.com

HALAMAN PENGESAHAN

Nomor: 110/AK/IIQ/FEBI/V/2025

Skripsi dengan judul:

PENGARUH BRAND AMBASSADOR SELEBRITI KOREA DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SCARLETT WHITENING PADA SANTRI GEN Z DI BANTUL

Disusun Oleh:

Vea Afi Antica

NIM : 21402141

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Ilmu Al Qur'an An Nur Yogyakarta, telah diterima dan dinyatakan lulus dengan nilai 95,3 (A+) dalam sidang ujian munaqosyah pada hari Kamis, tanggal 13 Maret 2025 untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

DEWAN PENGUJI MUNAQOSYAH

Penguji I

M. Arif Kurniawan, S.H.I., M.E.I

NIDN: 2117088603

Penguji II

Listiowati, S.E., M.Pd, Akt, CA, ACPA

NIDN: 0605048402

Pembimbing

Puji Solikhah, M.M

NIDN: 2130037902

Ketua Sidang

Puji Solikhah, M.M

NIDN: 2130037902

Sekretaris Sidang

Edo Segara Gustanto, S.E., M.E.

NIDN: 2121088303

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



M. Arif Kurniawan, S.H.I., M.E.I

NIDN: 2117088603

MOTTO

“Sesungguhnya jika Kamu Bersyukur, Niscaya Aku akan Menambah (Nikmat)
Kepadamu, tetapi jika Kamu Mengingkari (Nikmat-Ku),
maka pasti Azab-Ku sangat Berat ”

(QS Ibrahim:7)

“Apapun yang Terjadi adalah yang Terbaik”

PERSEMBAHAN

Dengan beribu syukur kupersembahkan karya sederhana ini kepada:

Almamater Tercinta

Institut Ilmu Al Qur'an (IIQ) An Nur Yogyakarta

Guru-guru Formal maupun non Formal

Yang senantiasa membimbing dengan penuh kesabaran dan keikhlasan hati tanpa mengenal lelah, tanpa keridhoan seorang guru murid bukanlah apa-apa.

Keluarga

Yang telah menjadi sumber semangat dan alasan untuk terus menjadi lebih baik, tanpa do'a dari mereka peneliti tidak akan bisa sampai titik ini.

Teman-teman seperjuangan

Yang selalu berbagi keluh kesah dan support setiap hari untuk lulus bersama.

Amin

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan bahasa Arab ke bahasa Latin. Penulisan transliterasi Arab-Latin di sini menggunakan transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1987 dan 0534 b/U/2987. Secara garis besar uraiannya sebagai berikut:

1) Konsonan Tunggal

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf tanda sekaligus, sebagai berikut:

Huruf	Arab	Nama Huruf Arab	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	Ĥ	Ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SY	Es dan Ye
ص	ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Dengan koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ـ	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

1) Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda satu harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Keterangan
---	Fathah	A	A
---	Kasrah	I	I

---	Dammah	U	U
-----	--------	---	---

Contoh:

كَتَبَ : *Kataba*

يَذْهَبُ : *yazhabu*

زَكَرَ : *zūkira*

b. Vokal Rangkap

Vokal lengkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ـَـى	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
ـِـو	Kasrah dan Wawu	Iu	i dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *hauila*

2) Maddah

Maddah atau vocal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

- Fathah + huruf alif, ditulis = a dengan garis di atas, seperti رجال rijālun*
- Fathah + huruf alif layyinah, ditulis = a dengan garis di atas, seperti*

موسي mūsā

- c. *Kasrah* + huruf *ya' mati*, ditulis = i dengan garis di atas, seperti

مُجِيبُ mujībun

- d. *Dammah* + huruf *wawu mati*, ditulis = u dengan garis di atas, seperti:

قُلُوبُهُم qulūbuhum

3) Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' *marbutah* ada dua:

- a. Ta' *Marbutah* hidup

Ta' *Marbutah* yang hidup atau yang mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah “t”.

- b. Ta' *Marbutah* mati

Ta' *marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”, seperti:

طَلْحَة : Ṭalḥah

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' *marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang “al” serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta' *marbutah* itu transliterasinya dengan “h”, seperti:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : Raudah al-janna

4) Syaddah

Syaddah atau *Tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah*, dalam transliterasi ini

tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

كَبِّر : *kabbara*

5) Penulisan huruf *Alif Lam*

- a. Jika bertemu dengan huruf *qamariyah* maupun *syamsiyah* ditulis dengan metode yang sama tetapi ditulis al seperti:

الكَرِيمُ الْكَبِيرُ : *al-karīm al-kabīr*

- b. Berada di awal kalimat, ditulis dengan huruf capital, seperti:

الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ : *al-Azīz al-hakīm*

- c. Berada di tengah kalimat, ditulis dengan huruf kecil, seperti:

يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ : *Yuhib al-Muhsinīn*

6) Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh:

سَيِّئٌ : *syai'un*

أَمَرْتُ : *umirtu*

7) Penulisan kata atau kalimat

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan. Dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut ditulis dengan kata sekata.

Contoh:

وَاِنَّ اللّٰهَ اَعْلَمُ بِمَا رَزَقْتَنِي : *Wa innallāha lahuwa khairu al-Rāziqīn*

فَاَوْفُواْ بِالْعَهْدِ : *Fa 'aufū al-Kaila wa al-Mīzān*

8) Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak diketahui, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital yang digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap harus awalan nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ اِلَّا رَسُوْلٌ : *wamā Muhammadun illā Rasūl*

9) Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Allah, atas rahmat dan hidayahnya sehingga karya sederhana ini dapat terselesaikan. Selesaiannya karya ini menjadi salah satu syarat gelar Sarjana di Institut Ilmu Al Qur'an (IIQ) An Nur Yogyakarta dengan harapan karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi pembaca terutama bagi peneliti. Namun, tentu karya sederhana ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat peneliti harapkan.

Selanjutnya, karya ini tentu melibatkan banyak pihak tak lupa dengan segenap hati peneliti sampaikan banyak terimakasih kepada:

1. *Syaikhi wa murabbi ruhi* K.H. Nawawi Abdul Aziz (alm.) Nyai Hj. Walidah Munawwir (almh), selaku Pendiri Pondok Pesantren An Nur Ngrukem, Pendowoharjo, Sewon, Bantul. Yogyakarta yang selalu menjadi teladan bagi peneliti dalam rangka *tafaqquh fi ad-din*.
2. KH Muslim Nawawi selaku Ketua Yayasan Al-Ma'had An Nur Ngrukem Bantul yang selalu menjadi tauladan bagi peneliti serta berkah kepada peneliti dalam rangka *tafaqquh fi ad-din*.
3. Bapak M. Arif Kurniawan, S.H.I., M.E.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Ilmu Al Qur'an (IIQ) An Nur Yogyakarta.
4. Ibu Puji Solikhah, M.M., selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Ilmu Al Qur'an (IIQ) An Nur Yogyakarta sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan masukan kepada peneliti dalam penyusunan karya sederhana ini.

5. Segenap Dosen, karyawan dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Ilmu Al Qur'an (IIQ) An Nur Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman serta wawasan selama peneliti belajar, semoga dapat menjadi ilmu yang bermanfaat dan mampu menjadi wasilah serta amal jariyah kepada Allah SWT.
6. KH Muslim Nawawi dan seluruh zuriyyah Pondok Pesantren An Nur Ngrukem yang selalu menjadi tauladan bagi peneliti dan selalu memberikan bimbingan, ilmu serta berkah kepada peneliti dalam rangka *tafaqquh fi ad-din*.
7. Bunda Nyai Hj Umi Azizah Nawawi beserta keluarganya yang selalu menjadi sosok yang menginspirasi bagi peneliti.
8. Papa, Mama, Adik serta keluarga besar yang menjadi salah satu alasan peneliti untuk tetap semangat dan terus belajar menjadi lebih baik serta membanggakan di masa depan.
9. Muhammad Saifudin Yahya dan keluarga yang selalu *support*, dan menerima apa adanya peneliti dikala senang maupun sedih.
10. Teman-teman mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Ilmu Al Qur'an (IIQ) An Nur Yogyakarta khususnya mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah yang sudah saling memberikan dukungan untuk terus semangat menyelesaikan penelitian masing-masing.

Dengan doa dan harapan, semoga amal kebaikan mereka senantiasa memperoleh ridho dari Allah SWT dan dengan kerendahan hati, kepada mereka, peneliti haturkan terimakasih yang tak terhingga. Akhir kata peneliti haturkan permohonan maaf sedalam-dalamnya.

Yogyakarta, 24 Februari 2025

Vea Afi Antica

NIM. 21402141

ABSTRAK

Vea Afi Antica, Pengaruh *Brand Ambassador* Selebriti Korea Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Scarlett Whitening* Pada Santri Gen Z Di Bantul. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Ilmu Al-Qur'an An Nur Yogyakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* selebriti Korea terhadap keputusan pembelian *skincare scarlett whitening* pada santri Generasi Z di Bantul, (2) mengetahui pengaruh *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian *skincare scarlett whitening* pada santri Generasi Z di Bantul, (3) mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* selebriti Korea dan *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian *skincare scarlett whitening* pada santri Generasi Z di Bantul.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang terdiri dari tiga variabel *Brand Ambassador* (X1), *Online Customer Review* (X2), dan Keputusan Pembelian (Y). sampel penelitian ini berjumlah 75 responden yang diperoleh dari santri Gen Z yang berdomisili di Bantul dengan kriteria yang ditentukan: santri yang berdomisili di Bantul, Gen Z, minimal satu kali pernah melakukan pembelian *Scarlett Whitening*.

Berdasarkan dari hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear berganda dengan tingkat signifikan 0,05 atau 5%, diperoleh kesimpulan (1) Variabel *Brand Ambassador* Selebriti Korea berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Skincare Scarlett Whitening* pada Santri Gen Z di Bantul, dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$. (2) Variabel *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Skincare Scarlett Whitening* pada Santri Gen Z di Bantul, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. (3) Variabel *Brand Ambassador* Selebriti Korea dan *Online Customer Review* bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Skincare Scarlett Whitening* pada Santri Gen Z di Bantul, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan nilai R square sebesar 0.541. Hal ini menunjukkan bahwa *Brand Ambassador* Selebriti Korea (X1) dan *Online Customer Review* (X2) memberikan pengaruh sebesar 54.1% terhadap keputusan pembelian. Sedangkan sisanya 45.9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

ABSTRACT

Vea Afi Antica, The Influence of Korean Celebrity Brand Ambassadors and Online Customer Reviews on Scarlett Whitening Skincare Purchase Decisions for Generation Z Students in Bantul. Thesis, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, An Nur Al-Quran Science Institute Yogyakarta, 2025.

This study aims to (1) determine the influence of Korean celebrity Brand Ambassadors on Scarlett Whitening skincare purchase decisions for Generation Z students in Bantul, (2) determine the influence of Online Customer Reviews on Scarlett Whitening skincare purchase decisions for Generation Z students in Bantul, (3) determine the influence of Korean celebrity Brand Ambassadors and Online Customer Reviews on Scarlett Whitening skincare purchase decisions for Generation Z students in Bantul.

This study uses a quantitative method consisting of three variables, Brand Ambassador (X1), Online Customer Reviews (X2), and Purchase Decisions (Y). The sample of this study consisted of 75 respondents, namely those obtained from Gen Z students domiciled in Bantul with the predetermined criteria, namely: students domiciled in Bantul, Gen Z, have purchased Scarlett Whitening at least once. Based on the results of the analysis carried out using multiple linear regression tests with a significance level of 0.05 or 5%, it was concluded that (1) The Korean Celebrity Brand Ambassador variable has a significant effect on the decision to purchase Scarlett Whitening Skincare for Gen Z students in Bantul, with a significance level of $0.002 < 0.05$, then H_1 is accepted. (2) The Online Customer Review variable has a significant effect on the decision to purchase Scarlett Whitening Skincare for Gen Z students in Bantul, with a significance level of $0.000 < 0.05$, then H_1 is accepted. (3) The variables of Korean Celebrity Brand Ambassador and Online Customer Review together have a significant effect on the purchasing decision of Scarlett Whitening Skincare on Gen Z Santri in Bantul, with a significance value of 0.000 less than 0.05, then H_0 is rejected and H_a is accepted. With an R square value of 0.541. This shows that Korean Celebrity Brand Ambassador (X1) and Online Customer Review (X2) have an influence of 54.1% on purchasing decisions. While the remaining 45.9% of purchasing decisions are influenced by other factors not explained in this study.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRISI.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
KATA PENGANTAR.....	xiv
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR TABEL.....	xxiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kajian Pustaka.....	10
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II	15
LANDASAN TEORI.....	15
A. Landasan Teori.....	15
1. Brand Ambassador	15
2. Selebriti Korea.....	17
3. Online Customer Review	19
4. Keputusan Pembelian	21
5. Skincare Scarlett Whitening	24
6. Santri Gen Z	26
7. Bantul	27

B. Paradigma Penelitian.....	28
C. Hipotesis.....	30
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian	32
C. Populasi dan Sampel Penelitian	34
1. Populasi	34
2. Sampel.....	34
D. Definisi Konseptual dan Operasional.....	35
1. Definisi Konseptual	35
2. Definisi Operasional.....	35
E. Variabel dan Indikator Penelitian.....	38
F. Pengumpulan Data Penelitian	39
1. Kuesioner.....	39
G. Uji Reliabilitas dan Validitas	40
1. Uji Reliabilitas.....	40
2. Uji Validitas.....	42
H. Teknik Analisis Data.....	42
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	42
2. Uji Asumsi Klasik	42
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Penelitian	47
B. Uji Analisis Deskriptif	50
C. Analisis Data	52
D. Pembahasan.....	69
BAB V.....	75
PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
C. Penutup	76

DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	82
CURRICULUM VITAE	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir.....	29
-------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.....	38
Variabel dan Indikator Penelitian.....	38
Tabel 2. Skala Likert.....	40
Tabel 3 Teknik cronbach's alpha	41
Tabel 4.....	47
Domisili.....	47
Tabel 5.....	48
Generasi.....	48
Tabel 6.....	48
Minimal pembelian	48
Tabel 7.....	51
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 8.....	53
Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> Selebriti Korea	53
Tabel 9.....	54
Hasil Uji Validitas <i>Online Customer Review</i>	54
Tabel 10.....	56
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 11.....	59
Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Ambassador</i> Selebriti Korea.....	59
Tabel 12.....	60
Hasil Uji Reliabilitas <i>Online Customer Review</i>	60
Tabel 13.....	60
Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	60
Tabel 14.....	61
Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 15.....	62
Hasil Uji Multikoloniaritas	62
Tabel 16.....	63
Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

Tabel 17.....	64
Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64
Tabel 18.....	66
Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 19.....	67
Hasil Uji T.....	67
Tabel 20.....	68
Hasil Uji F.....	68