

ABSTRAK

Dewi Suci Puspita Sari 180211100059, Pengaruh Korean Waves dan Brand Ambassador BTS terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Dengan Brand Images Sebagai variabel Mediasi.

Tujuan penelitian ini ialah untuk Menjelaskan apakah *Korean Waves* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Images*. Menjelaskan apakah *Brand Ambassador* BTS berpengaruh signifikan terhadap *Brand Images*. Menjelaskan apakah *Brand Images* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia. Menjelaskan apakah *Korean Waves* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia. Menjelaskan apakah *Brand Ambassador* BTS berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia. Menjelaskan apakah *Korean Waves* dan *Brand Images* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia. Menjelaskan apakah *Brand Ambassador* BTS dan *Brand Images* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia.

Metode penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden menggunakan skala likert dengan menggunakan sampel sebanyak 97 responden. Dalam penelitian ini pengambilan sampelnya menggunakan metode teknik *Purposive Sampling* dan alat analisisnya menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dengan bantuan program SEM PLS.

Hasil data yang diperoleh dari pengujian menggunakan SEM PLS 3.0 adalah Konstruk *Korean Waves* memiliki pengaruh positif terhadap *Brand Images*, Konstruk *Brand Ambassador* memiliki pengaruh positif terhadap *Brand Images*, Konstruk *Brand Images* memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli, Konstruk *Korean Waves* Tidak memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli, Konstruk *Brand Ambassador* tidak memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli. Dan hasil uji mediasi diperoleh hasil yaitu *Brand Images* dapat memediasi pengaruh positif terhadap *Korean Waves* dengan Minat Beli Konsumen dan *Brand Images* dapat memediasi pengaruh positif terhadap *Brand Ambassador* dengan Minat Beli Konsumen.

Kata Kunci : Kebudayaan Korea, Duta Merek, Citra Perusahaan, Minat Beli

ABSTRACT

Dewi Suci Puspita Sari 180211100059, The Influence of Korean Waves and BTS Brand Ambassadors on Tokopedia Consumers' Buying Interest with Brand Images as Mediation Variables.

The purpose of this study is to explain whether Korean waves have a significant effect on brand images. Explain whether the BTS Brand Ambassador has a significant effect on Brand Images. Explain whether Brand Images has a significant effect on Tokopedia Consumer Purchase Interest. Explain whether Korean Waves have a significant effect on Tokopedia Consumer Purchase Interest. Explain whether the BTS Brand Ambassador has a significant effect on Tokopedia Consumer Purchase Interest. Explain whether Korean Waves and Brand Images have a significant effect on Tokopedia Consumer Purchase Interest. Explain whether the BTS Brand Ambassadors and Brand Images have a significant effect on Tokopedia Consumer Purchase Interest.

This research method uses Quantitative Methods. The research data was obtained by distributing questionnaires to respondents using a Likert scale using a sample of 97 respondents. In this study, the sample was taken using the Purposive Sampling technique and the analysis tool used Descriptive Statistical Analysis with the help of the PLS SEM program.

The results of the data obtained from testing using SEM PLS 3.0 are that the Korean Waves construct has a positive influence on Brand Images, the Brand Ambassador construct has a positive influence on Brand Images, the Brand Images construct has a positive influence on Purchase Intention, the Korean Waves Construct does not have a positive influence on Interest Buy, the Brand Ambassador construct does not have a positive influence on Buying Intention. And the results of the mediation test show that Brand Images can mediate a positive influence on Korean Waves with Consumer Purchase Interest and Brand Images can mediate a positive influence on Brand Ambassadors with Consumer Purchase Interest.

Keywords : Korean Waves, Brand Ambassador, Brand Images, purchases interest