

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KONTEN BUATAN PENGGUNA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK LOKAL YANG
MENGUNAKAN IDOL K-POP SEBAGAI DUTA MEREK
(DINO SEVENTEEN SEBAGAI DUTA MEREK AZARINE)**

SKRIPSI



OLEH :

IFA KHOIRUN NASIROH

NIM: 220211100043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRUNODJOYO MADURA

2026

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KONTEN BUATAN PENGGUNA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK LOKAL YANG
MENGUNAKAN IDOL K-POP SEBAGAI DUTA MEREK**

(DINO SEVENTEEN SEBAGAI DUTA MEREK AZARINE)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Dalam

Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen (S. M)

OLEH:

IFA KHOIRUN NASIROH

NIM: 220211100043

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRUNODJOYO MADURA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

NAMA : Ifa Khoirun Nasiroh

NIM : 220211100043

PROGRAM STUDI : S-1 (STRATA SATU) MANAJEMEN

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Citra Merek Dan Konten Buatan Pengguna Terhadap
Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel
Intervening Pada Produk Lokal Yang Menggunakan Idol K-Pop
Sebagai Duta Merek (Dino Seventeen Sebagai Duta Merek Azarine)

Skripsi ini telah diseminarkan dan disetujui untuk diujikan
pada tanggal

Menyetujui, Dosen

Pembimbing



Prof. Dr. Drs. H. Pribanus Wantara, M.M.
NIP. 19601203 1988111001

Mengetahui,

Koordinator Prodi S-1 Manajemen

Yustina Chrismardani, SSi., M.M

NIP. 197807192005012002

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

NAMA : Ifa Khoirun Nasiroh

NIM : 220211100043

PROGRAM STUDI : S-1 (STRATA SATU) MANAJEMEN

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Citra Merek Dan Konten Buatan Pengguna Terhadap
Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel
Intervening Pada Produk Lokal Yang Menggunakan Idol K-Pop
Sebagai Duta Merek (Dino Seventeen Sebagai Duta Merek Azarine)

Skripsi ini telah diseminarkan dan disetujui untuk diujikan
pada tanggal

Menyetujui, Dosen

Pembimbing



Prof. Dr. Drs. H. Pribanus Wantara, M.M.
NIP. 19601203 1988111001

Mengetahui,

Koordinator Prodi S-1 Manajemen

Yustina Chrismardani, SSi., M.M

NIP. 197807192005012002

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KONTEN BUATAN PENGGUNA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK LOKAL YANG
MENGUNAKAN IDOL K-POP SEBAGAI DUTA MEREK
(DINO SEVENTEEN SEBAGAI DUTA MEREK AZARINE)**

Diajukan Oleh:

Ifa Khoirun Nasiroh

NIM: 220211100043

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Trunojoyo Madura, dan diterima sebagai salah satu syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji	:	Nirma Kurriwati, S.P., M.Si. NIP. 197511242005012004	
Sekretaris	:	Dr. Suyono, SE, MSM NIP. 197401282003122001	
Anggota Penguji	:	Prof. Dr. Drs. H. Pribanus Wantara, M.M. NIP. 19601203 1988111001	

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen

Yustina Chrismardani, S.Si., M.M.
NIP. 197807192005012002

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ifa Khoirun Nasiroh
NIM : 220211100043
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek Dan Konten Buatan Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Lokal Yang Menggunakan Idol K-Pop Sebagai Duta Merek (Dino Seventeen Sebagai Duta Merek Azarine)”** adalah hasil tugas akhir yang saya susun berdasarkan hasil penelitian.
2. Sebagian ataupun seluruh bagian dalam skripsi ini tidak menjiplak ataupun plagiat baik sebagian ataupun seluruhnya hasil tugas akhir (laporan penelitian, skripsi, tesis, disertasi atau sejenisnya) milik pihak lain.
3. Cuplikan sebagian tugas akhir ataupun pendapat pihak lain dalam skripsi ini ditulis sesuai dengan kaidah penulisan tugas akhir yang berlaku.
4. Apabila suatu saat ada pihak lain yang melakukan klaim bahwa tugas akhir ini merupakan plagiat tugas akhir pihak lain, dan ternyata memang terbukti, saya bersedia menerima segala sanksi yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, sebagai pertanggungjawaban orisinalitas tugas akhir ataupun skripsi yang saya susun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

Dibuat di Bangkalan,
Tanggal
Yang Membuat Pernyataan

Ifa Khoirun Nasiroh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan konten buatan pengguna terhadap keputusan pembelian produk kecantikan lokal Azarine yang menggunakan idol K-Pop (Dino SEVENTEEN) sebagai duta merek, dengan minat beli sebagai variabel intervening. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausal dengan metode survei terhadap 100 responden Generasi Z di Kota Surabaya yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta terhadap minat beli. Konten buatan pengguna juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan terhadap minat beli. Namun, minat beli ditemukan tidak memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian akhir.

Kata Kunci: citra merek, konten buatan pengguna, minat beli, keputusan pembelian, K-Pop *fandom marketing*.

ABSTRAK

This study aims to analyze the influence of brand image and user-generated content on purchase decisions for the local beauty product Azarine, which uses a K-Pop idol (Dino from SEVENTEEN) as its brand ambassador, with purchase intention as the intervening variable. The research approach used is a quantitative causal study employing a survey method involving 100 Generation Z respondents in Surabaya, selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method via SmartPLS 4 software. The results indicate that brand image has a positive and significant effect on both purchase decisions and purchase intention. User-generated content was also found to have a positive and significant effect on purchasing decisions and purchase intent. However, purchase intent was found to have no significant direct effect on the final purchasing decision.

Keywords: brand image, user-generated content, purchase interest, purchase decision, K-Pop fandom marketing.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Dan Konten Buatan Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Lokal Yang Menggunakan Idol K-Pop Sebagai Duta Merek (Dino Seventeen Sebagai Duta Merek Azarine)” Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia dari masa kegelapan menuju era yang penuh ilmu dan pengetahuan. Semoga kita semua selalu memperoleh petunjuk dan hidayah-Nya dalam menapaki kehidupan yang diridhai-Nya.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunodjoyo Madura. Proses penulisan skripsi ini memerlukan banyak waktu, tenaga, pikiran, serta biaya. Dalam perjalanannya, penulis menghadapi beragam tantangan dan hambatan. Namun, berkat rahmat Allah SWT serta dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi. pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Safi', S.H, M.H. selaku rektor Universitas Trunodjoyo Madura
2. Bapak Dr. Sutikno, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunodjoyo Madura