



**UNIVERSITAS  
PGRI ADI  
BUANA  
SURABAYA**

## **SKRIPSI**

**Pengaruh *Brand Image, Country of Origin,*  
dan *Gaya Hidup Hedonis* Terhadap  
Keputusan Pembelian Album Born Pink  
Blackpink di Akun Instagram *Blink Official*  
Indonesia (Studi Kasus Pada *Follower*  
Instagram *Blink Official* Indonesia)**

Nadiya Nabillah Effendy  
191500200

Dosen Pembimbing  
Tri Ariprowo, S.E., M.Si

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2023

**Pengaruh *Brand Image, Country of Origin*, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Born Pink Blackpink di Akun Instagram Blink Official Indonesia (Studi Kasus Pada *Follower* Instagram Blink Official Indonesia)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persetujuan memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**Nadiya Nabillah Effendy  
191500200**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2023**



## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image, Country of Origin*, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Born Pink Blackpink di Akun Instagram Blink Official Indonesia (Studi Kasus Pada *Follower* Instagram Blink Official Indonesia)

### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Nadiya Nabillah Effendy
- b. Nim : 191500200
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 13 Maret 2023

Dosen Pembimbing  
  
Tri Ariprowo, S.E., M.Si  
NPP. 1809867/DY

## HALAMAN PENGESAHAN

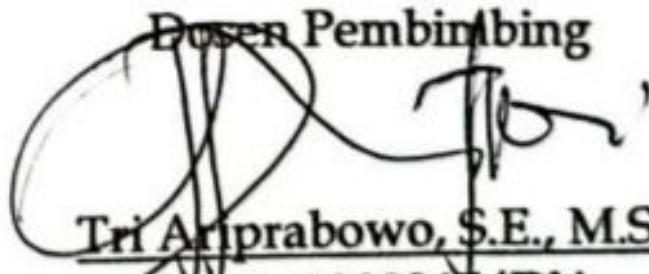
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image, Country of Origin*, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Born Pink Blackpink di Akun Instagram Blink Official Indonesia (Studi Kasus Pada *Follower* Instagram Blink Official Indonesia)

### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Nadiya Nabillah Effendy
- b. Nim : 191500200
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya
- e. Alamat e-mail : [nadiyanabila45@gmail.com](mailto:nadiyanabila45@gmail.com)

Surabaya, 30 Mei 2023

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
  
I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M  
NPP: 1109598/DY

Dosen Pembimbing  
  
Tri Arprabowo, S.E., M.Si  
NPP: 1809867/DY

Menyetujui  
Dekan  
  
Tony Susilo Wibowo, SE., M.PD., MSM  
NPP: 0709494/DY



## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI


Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Nama : Nadiya Nabillah Effendy  
NIM : 191500200  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, *Country of Origin*, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Born Pink Blackpink di Akun Instagram Blink Official Indonesia (Studi Kasus Pada *Follower* Instagram Blink Official Indonesia)  
Hari : Jumat  
Tanggal : 31 Maret  
Tahun : 2023

Penguji I

  
Dr. Moch. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si  
NPP. 1601751/DY

Penguji II

  
Drs. Suharyanto, M.M  
NPP. 0101403/DY

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadiya Nabillah Effendy

NIM : 191500200

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI

Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul: "Pengaruh *Brand Image*, *Country of Origin*, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Born Pink Blackpink di Akun Instagram Blink Official Indonesia (Studi Kasus Pada *Follower* Instagram Blink Official Indonesia)" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022/2023 bersifat original. Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Dengan demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 30 Mei 2023

Mahasiswa,



Nadiya Nabillah Effendy

NIM: 191500200

## MOTTO

“Jangan pernah takut untuk bermimpi besar dan mengejar impianmu, karena semuanya mungkin jika kamu bersungguh-sungguh dan berusaha keras.”

- Lee Haechan



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil'alamiin, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan karunia kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh *Brand Image, Country of Origin*, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Born Pink Blackpink di Akun Instagram Blink Official Indonesia (Studi Kasus Pada Follower Instagram Blink Official Indonesia)". Laporan Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
2. Kepada kedua orang tua dan saudara-saudara saya yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk melakukan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Kepada teman-teman yang selalu memberikan dukungan dalam pengerjaan skripsi.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamiin, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan karunia kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image, Country of Origin, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Born Pink Blackpink di Akun Instagram Blink Official Indonesia (Studi Kasus Pada *Follower Instagram Blink Official Indonesia*)*”**. Laporan skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
2. Dr. Hartono, M. Si., selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Tony Susilo Wibowo S.E, M.Pd, M. SM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Surabaya.
4. I Made Bagus Dwiarta S.E., M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
5. Tri Ariprowo, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dan penyusunan skripsi.
6. Dr. Edy Sulistiyawan, S.Si, M.Si, selaku dosen penguji seminar proposal yang telah memberikan masukan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Dr. Moch. Munir Rachman, Drs. Ec., M.Si., selaku dosen penguji satu dan Drs. Suharyanto, M.M selaku dosen penguji dua siding skripsi yang sudah memberikan masukan dan arahan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
8. Kepada kedua orang tua, nenek, saudara-saudara, dan teman-teman saya yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk melakukan penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 31 Maret 2023

Penulis,

Nadiya Nabillah Effendy



## DAFTAR ISI

|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....               | i    |
| LEMBAR PERSETUJUAN.....          | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....         | iii  |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI ..... | iv   |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....  | v    |
| MOTTO.....                       | vi   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....        | vii  |
| KATA PENGANTAR .....             | viii |
| ABSTRAK.....                     | x    |
| DAFTAR ISI.....                  | xii  |
| DAFTAR TABEL .....               | xvi  |
| DAFTAR GAMBAR .....              | xix  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....            | xx   |
| BAB I .....                      | 1    |
| PENDAHULUAN.....                 | 1    |
| 1.1    Latar Belakang .....      | 1    |
| 1.2    Rumusan Masalah .....     | 5    |
| 1.3    Tujuan Penelitian.....    | 5    |
| 1.4    Manfaat Penelitian.....   | 6    |
| BAB II.....                      | 7    |
| TELAAH PUSTAKA.....              | 7    |
| 2.1    Penelitian Terdahulu..... | 7    |
| 2.2    Landasan Teori.....       | 10   |

|                                |   |           |
|--------------------------------|---|-----------|
| 2.2.1                          | Keputusan Pembelian .....                                     | 10        |
| 2.2.2                          | <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....                         | 14        |
| 2.2.3                          | <i>Country of Origin</i> (Negera Asal) .....                  | 16        |
| 2.2.4                          | Gaya Hidup Hedonis .....                                      | 18        |
| 2.3                            | Kerangka Konseptual.....                                      | 21        |
| 2.4                            | Hipotesis .....   | 22        |
| <b>BAB III .....</b>           |   | <b>25</b> |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b> |   | <b>25</b> |
| 3.1                            | Rancangan Penelitian.....                                     | 25        |
| 3.2                            | Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel...            | 26        |
| 3.2.1                          | Populasi.....   | 26        |
| 3.2.2                          | Sampel .....  | 26        |
| 3.2.3                          | Teknik Pengambilan Sampel.....                                | 26        |
| 3.3                            | Jenis dan Sumber Data .....                                   | 27        |
| 3.3.1                          | Jenis Data .....  | 27        |
| 3.3.2                          | Sumber Data .....   | 27        |
| 3.4                            | Teknik Pengumpulan Data .....                                 | 27        |
| 3.5                            | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional<br>Variabel..... | 28        |
| 3.5.1                          | Variabel Penelitian.....                                      | 28        |
| 3.5.2                          | Definisi Operasional Variabel .....                           | 29        |
| 3.6                            | Teknik Analisis Data .....                                    | 30        |
| 3.6.1                          | Pengujian Instrumen Penelitian.....                           | 31        |
| 3.6.2                          | Pengujian Asumsi Klasik.....                                  | 32        |
| 3.6.3                          | Analisis Regresi Linier Berganda.....                         | 33        |



|                                   |   |           |
|-----------------------------------|---|-----------|
| 3.6.4                             | Pengujian Hipotesis .....   | 33        |
| 3.6.5                             | Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....   | 35        |
| <b>BAB IV .....</b>               |   | <b>37</b> |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b> |   | <b>37</b> |
| 4.1                               | Hasil Penelitian .....  | 37        |
| 4.1.1                             | Gambaran Umum Obyek Penelitian .....  | 37        |
| 4.1.2                             | Karakteristik Responden.....  | 38        |
| 4.1.3                             | Deskripsi Hasil Penelitian.....   | 41        |
| 4.1.4                             | Uji Instrumen Penelitian .....  | 61        |
| 4.1.4                             | Uji Asumsi Klasik .....   | 78        |
| 4.1.4                             | Analisis Regresi Linier Berganda.....   | 83        |
| 4.1.5                             | Pengujian Hipotesis .....   | 86        |
| 4.1.6                             | Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....   | 88        |
| 4.2                               | Pembahasan.....   | 89        |
| 4.2.1                             | Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan<br>Pembelian Album Born Pink Blackpink.....  | 89        |
| 4.2.2                             | Pengaruh Country of Origin Terhadap Keputusan<br>Pembelian Album Born Pink Blackpink.....   | 90        |
| 4.2.3                             | Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap<br>Keputusan Pembelian Album Born Pink Blackpink.....  | 91        |
| 4.2.4                             | Pengaruh Brand Image, Country of Origin, dan<br>Gayah Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian<br>Album Born Pink Blackpink ..... | 92        |
| <b>BAB V .....</b>                |   | <b>95</b> |
| <b>KESIMPULAN .....</b>           |   | <b>95</b> |
| 5.1                               | Simpulan .....  | 95        |

|                             |             |           |
|-----------------------------|-------------|-----------|
| 5.2                         | Saran ..... | 96        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> |             | <b>99</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>             |             |           |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 Pra-riset Aspek Penelitian .....   | 4  |
| Tabel 3.2 Skor Kesetujuan .....  | 28 |
| Tabel 4.3 Jenis Kelamin.....   | 38 |
| Tabel 4.4 Usia.....  | 39 |
| Tabel 4.5 Pekerjaan.....   | 40 |
| Tabel 4.6 Frekuensi Pembelian.....   | 41 |
| Tabel 4.7 Frekuensi .....  | 42 |
| Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Image (X1)<br>Indikator Strength of Brand Associations.....            | 42 |
| Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Image (X1)<br>Indikator Favoribility of Brand Associations .....       | 43 |
| Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Image (X1)<br>Indikator Uniqueness of Brand Associations .....        | 44 |
| Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Country of Origin (x2)<br>Indikator Country Beliefs.....                    | 46 |
| Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Country of Origin</i> (X2)<br>Indikator <i>People Affect</i> .....       | 47 |
| Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Country of Origin</i> (X2)<br>Indikator <i>Desired Interaction</i> ..... | 48 |
| Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup Hedonis<br>(X3) Indikator <i>Activities</i> .....                | 49 |
| Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup Hedonis<br>(X3) Indikator <i>Interest</i> .....                  | 50 |
| Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup Hedonis<br>(X3) Indikator <i>Opinions</i> .....                  | 52 |
| Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian<br>(Y) Indikator Keputusan Tentang Jenis Produk .....   | 53 |
| Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian<br>(Y) Indikator Keputusan Tentang Bentuk Produk .....  | 54 |
| Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian<br>(Y) Indikator Keputusan Tentang Merek.....           | 55 |



|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Indikator Keputusan Tentang Penjualan.....          | 56 |
| Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Indikator Keputusan Tentang Jumlah Produk .....     | 57 |
| Tabel 4.22 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Indikator Keputusan Tentang Waktu Pembelian.....    | 58 |
| Tabel 4.23 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Indikator Keputusan Tentang Metode Pembayaran.....  | 60 |
| Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> Indikator <i>Strenght of Brand Associations</i> .....     | 61 |
| Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> Indikator <i>Favoribility of Brand Associations</i> ..... | 62 |
| Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> Indikator <i>Favoribility of Brand Associations</i> ..... | 63 |
| Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Country of Origin</i> Indikator <i>Country Beliefs</i> .....              | 64 |
| Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Country of Origin</i> Indikator <i>People Affect</i> .....                | 65 |
| Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Country of Origin</i> Indikator <i>Desired Interaction</i> .....          | 66 |
| Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Hedonis Indikator <i>Activities</i> .....                         | 67 |
| Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Hedonis Indikator <i>Interests</i> .....                          | 68 |
| Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Hedonis Indikator <i>Opinions</i> .....                           | 69 |
| Tabel 4.33 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Indikator Tentang Jenis Produk.....                      | 70 |
| Tabel 4.34 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Indikator Tentang Bentuk Produk.....                     | 71 |
| Tabel 4.35 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Indikator Tentang Merek Produk .....                     | 72 |



|   |    |
|---|----|
| Tabel 4.36 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Indikator Tentang Penjualan .....         | 73 |
| Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Indikator Tentang Jumlah Produk.....      | 74 |
| Tabel 4.38 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Indikator Tentang Waktu Pembelian .....   | 75 |
| Tabel 4.39 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Indikator Tentang Metode Pembayaran ..... | 76 |
| Tabel 4.40 Hasil Uji Reliabilitas .....   | 77 |
| Tabel 4.41 Uji Statistik Kolmogorov Smirnov .....   | 79 |
| Tabel 4.42 Hasil Uji Multikolinieritas .....  | 82 |
| Tabel 4.43 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....   | 84 |
| Tabel 4.44 Hasil Uji t.....   | 86 |
| Tabel 4.45 Hasil uji F.....   | 88 |
| Tabel 4.46 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....  | 89 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Top Kpop Girl Group Brand Reputation Ranking<br>April-June 2022..... | 2  |
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....   | 21 |
| Gambar 3.3 Rancangan Penelitian.....  | 25 |
| Gambar 4.4 Histogram.....   | 80 |
| Gambar 4.5 P-plot.....  | 81 |
| Gambar 4.6 Scatterplot.....   | 83 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi .....      | 1  |
| Lampiran 2 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi ..... | 2  |
| Lampiran 3 : Catatan Ujian Proposal Skripsi .....      | 3  |
| Lampiran 4 : Format Revisi Skripsi.....                | 4  |
| Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian.....                | 5  |
| Lampiran 6 : Surat Balasan Penelitian.....             | 6  |
| Lampiran 7 : Kuesioner Online (Google Form).....       | 7  |
| Lampiran 8 : Jawaban responden.....                    | 18 |
| Lampiran 9 : Uji Validitas dan Reliabilitas .....      | 44 |
| Lampiran 10 : Uji Asumsi Klasik.....                   | 53 |
| Lampiran 11 : Uji multikolinearitas .....              | 55 |
| Lampiran 12 : Rekapitulasi Jawaban 160 Responden ..... | 56 |