

**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI
ULANG PRODUK SKINCARE KOREA SELATAN: PERAN
MEDIASI SIKAP TERHADAP MEREK & CITRA MEREK**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



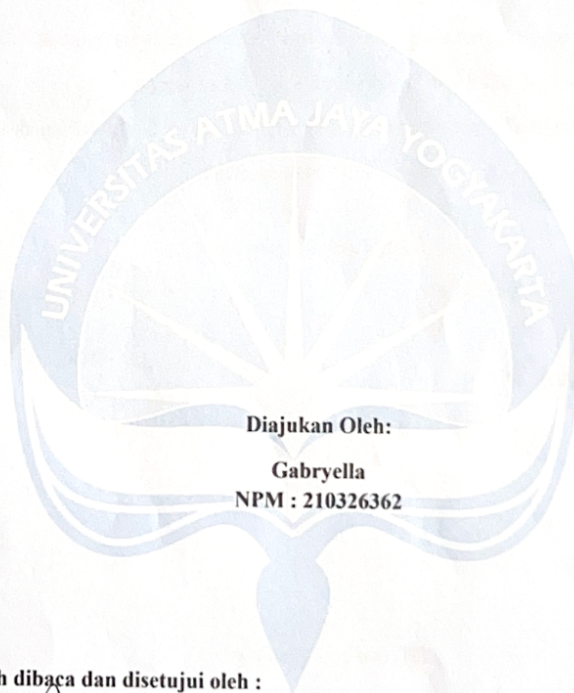
Disusun Oleh:

Gabryella / 210326362

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI ULANG
PRODUK SKINCARE KOREA SELATAN: PERAN MEDIASI SIKAP
TERHADAP MEREK & CITRA MEREK**



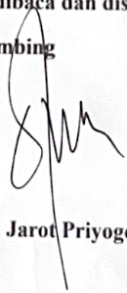
Diajukan Oleh:

Gabryella

NPM : 210326362

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



Drs. C. Jarot Priyogoutomo, MBA.

Yogyakarta 6 Mei 2024

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI ULANG
PRODUK SKINCARE DARI KOREA SELATAN : PERAN MEDIASI
SIKAP TERHADAP MEREK & CITRA MEREK**

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh:

Gabryella

NPM : 210326362

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 2 Juni 2025

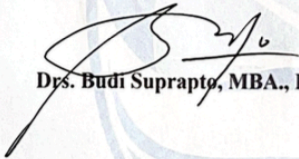
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jarot Priyogoutomo, MBA.


Th. Diah Widiastuti, SE., M.SI.

Yogyakarta, 5 Juni 2025

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Wenefrida Manestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI ULANG
SKINCARE KOREA SELATAN: PERAN MEDIASI SIKAP TERHADAP
MEREK DAN CITRA NEGARA ASAL**

Merupakan hasil karya saya sendiri. Segala pernyataan ide, maupun kutipan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang berasal dari tulisan ide orang lain, telah saya cantumkan secara tertulis pada bagian daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi dalam skripsi, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh akan dinyatakan batal dan saya bersedia mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Juni 2025

Yang Menyatakan



Gabryella

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkata dan karunia-Nya, sehingga peneliti diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Penelitian yang berjudul “Pengaruh citra negara asal terhadap niat beli ulang *skincare* Korea Selatan: peran mediasi sikap terhadap merek dan citra negara asal” ini dibutuhkan sebagai syarat kelulusan S1 Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saya selaku penulis pada penelitian ini ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendoakan, membantu, membimbing, menemani, dan memberikan dukungan selalu kepada saya. Melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, karena-Nya, saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar dan selalu diberikan kekuatan, berkat, dan kesehatan dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan pengetahuan, waktu, ide, semangat, dukungan, serta mengurangi kekhawatiran saya selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Kepada Orang Tua, Adik-adik saya, serta keluarga besar yang terus memberikan dukungan, semangat dan doa selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Kepada penghuni kontrakan, Maria, Kiel, dan Gerly, terima kasih karena selama proses penyusunan skripsi ini telah memberikan dukungan berupa semangat dan doa.

5. Kepada King, yang selalu menghibur dan menemani saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan saya, Keren, Irfan, Chika, Vania, Cia, dan Thalia yang terus memberikan dukungan, semangat, dan menghibur saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Responden yang telah menyempatkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
8. Pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per-satu, namun selalu memberikan dukungan, dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Kepada diri saya sendiri karena sudah bisa berjuang dan bertahan dalam melewati setiap proses yang ada, serta terima kasih karena selalu berusaha memberikan yang terbaik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang ada. Apabila ada saran, masukan, serta kritik yang bersifat membangun dapat diterima.

Yogyakarta, 4 Mei 2025

Yang Menyatakan



Gabryella

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.2 Definisi Citra Negara Asal.....	8
2.3 Citra Merek	11
2.4 Sikap terhadap merek.....	14
2.5 Niat beli ulang.....	15
2.6 Penelitian Terdahulu	17
2.7 Hipotesis	22
2.8 Model Penelitian.....	29
BAB III MODEL PENELITIAN	30

3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Objek, Subjek dan Tempat Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	31
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.5 Pengukuran Variabel.....	33
3.6 Definisi Operasional.....	35
3.7 Metode Analisis Data	36
3.8. Alat Analisis.....	37
3.9 Pengujian Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Pengantar	43
4.2 Hasil Statistik Deskriptif Profil Responden.....	43
4.3 Analisis Deskriptif.....	47
4.4 Hasil Analisis SEM-PLS	53
4.5 Pembahasan Hipotesis	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Implikasi Manajerial	73
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	74
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya	74
DAFTAR PUSTAKA	76
Lampiran 1 kuesioner penelitian.....	82
lampiran 2 data responden.....	88
Lampiran 3 Hasil Kuesioner	91
Lampiran 4 Hasil Olah Data	95
Lampiran 5 Struktur Kerangka SEM.....	98
Lampiran 6 Jurnal Acuan	100

DAFTAR TABEL

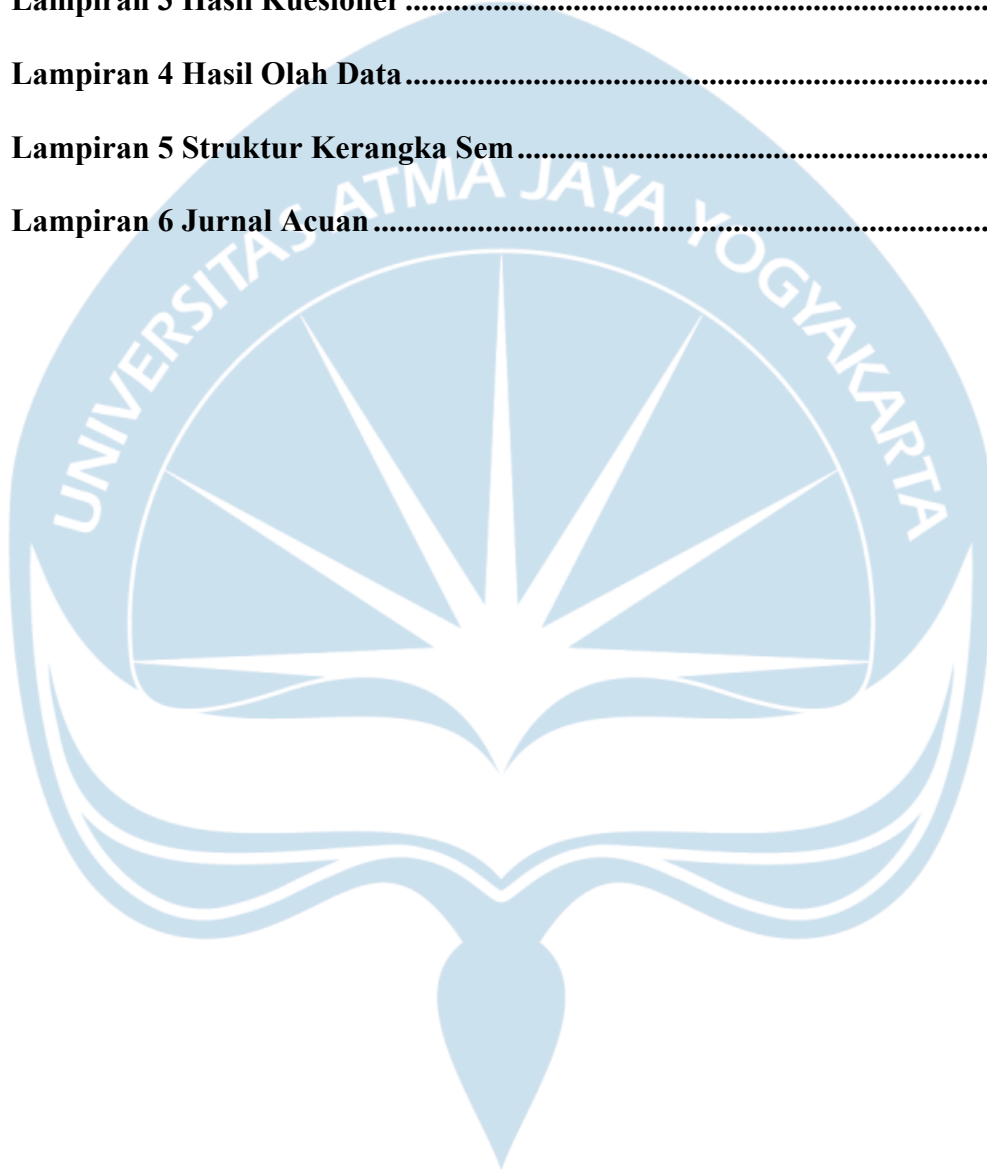
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	35
Tabel 3. 2 Perhitungan Kelas Interval	37
Tabel 4. 1 Profil Responden Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 2 Hasil Responden Berdasarkan Pengeluaran per-bulan.....	44
Tabel 4. 3 Hasil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk Skincare Korea Selatan	45
Tabel 4. 4 Hasil Responden Berdasarkan Merek Skincare Favorit.....	45
Tabel 4. 5 Responden yang menggunakan atau membeli produk skincare dari Korea Selatan	46
Tabel 4. 6 Bagaimana Anda mengetahui informasi tentang produk skincare Korea Selatan (Bisa memilih lebih dari satu).....	47
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Negara Asal	48
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	49
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Merek	50
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat beli ulang	52
Tabel 4. 11 Variabel Laten dan Indikatornya	54
Tabel 4. 12 Nilai Outer Loadings (Loading Factor).....	56
Tabel 4. 13 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	57
Tabel 4. 14 Nilai Cross Loading.....	58
Tabel 4. 15 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	59
Tabel 4. 16 Nilai R-square dan Q-square.....	59
Tabel 4. 17 Path Coefficient	62
Tabel 4. 18 Specific Indirect Effect.....	63
Tabel 4. 19 Hasil Uji Coba pengaruh Citra Merek yang Memediasi Citra Negara Asal terhadap Niat beli ulang	65
Tabel 4. 20 Hasil Uji Coba Pengaruh Sikap terhadap Merek yang Memediasi Citra Negara Asal terhadap Niat beli ulang.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Industri kecantikan Korea yang berkembang pesat	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	29
Gambar 3. 1 Jalur Pengaruh Mediasi.....	38
Gambar 3. 2 Alur Analisis Pengelompokan Mediasi.....	39
Gambar 4. 1 Struktur Penelitian	53
Gambar 4. 2 Model Struktural PLS Algorithm	55
Gambar 4. 3 Model Struktural Bootsrtapping Calculation	61
Gambar 4. 4 Kerangka Penelitian Citra Merek Memediasi Pengaruh Citra Negara Asal Terhadap Niat beli ulang.....	64
Gambar 4. 5 Kerangka Penelitian Sikap Terhadap Merek Memediasi Pengaruh Citra Negara Asal Terhadap Niat beli ulang	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2 Data Responden	88
Lampiran 3 Hasil Kuesioner	91
Lampiran 4 Hasil Olah Data.....	95
Lampiran 5 Struktur Kerangka Sem.....	98
Lampiran 6 Jurnal Acuan.....	100



**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI ULANG
SKINCARE KOREA SELATAN: PERAN MEDIASI SIKAP TERHADAP
MEREK & CITRA MEREK**

Gabryella

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra negara asal terhadap niat beli ulang produk *skincare* dari Korea Selatan, dengan citra merek dan sikap terhadap merek sebagai variabel mediasi. Melibatkan 309 responden di Yogyakarta, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan *SmartPLS* dengan model SEM. Hasil menunjukkan bahwa citra negara asal berpengaruh positif signifikan terhadap citra merek dan sikap terhadap merek. Selain itu, citra merek dan sikap terhadap merek juga berpengaruh positif terhadap niat beli ulang. Uji mediasi mengindikasikan bahwa citra merek dan sikap terhadap merek secara signifikan memediasi hubungan antara citra negara asal dan niat beli ulang. Temuan ini memberikan implikasi bagi perusahaan *skincare* Korea Selatan untuk memperkuat citra merek dan negara asal dalam strategi pemasaran mereka.

Kata kunci: Citra Negara Asal, Citra Merek, Sikap terhadap Merek, Niat beli ulang.