

## RINGKASAN

Penelitian ini berjudul Pengaruh *Korean Wave* dan *Brand Ambassador Idol* Korea terhadap Minat Beli Produk *Skincare* Studi Kasus Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Dharma Andalas. Masalah penelitian ini berpijak pada pesatnya tren budaya populer Korea yang memengaruhi gaya hidup dan preferensi konsumsi Generasi Z di Indonesia, khususnya dalam memilih produk kecantikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Korean Wave* dan *Brand Ambassador idol* Korea terhadap minat beli mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Populasi penelitian adalah mahasiswa S1 Manajemen Universitas Dharma Andalas, dengan sampel sebanyak 130 responden yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui program SPSS. Pengujian mencakup uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta uji hipotesis (uji t dan uji F).

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel *Korean Wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Demikian pula dengan variabel *Brand Ambassador idol* Korea yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, bahkan ditemukan sebagai variabel yang paling dominan pengaruhnya. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai kontribusi (*R Square*) sebesar 57,4%, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain. Implikasi penelitian ini adalah perusahaan *skincare* perlu memperkuat strategi pemasaran berbasis komunitas penggemar Korea dan selektif dalam memilih figur *idol* sebagai wajah merek untuk menarik minat konsumen muda secara efektif.

**Kata kunci:** Korean Wave, Brand Ambassador Idol Korea, Minat Beli, Produk Skincare, Mahasiswa S1 Manajemen.

## SUMMARY

*This study is titled *The Influence of the Korean Wave and Korean Idol Brand Ambassadors on Purchase Intention of Skincare Products among Undergraduate Management Students at Universitas Dharma Andalas*. The research problem focuses on the rapid trend of Korean popular culture influencing the lifestyle and consumption preferences of Generation Z in Indonesia, especially in choosing beauty products. The objective is to determine and analyze the partial and simultaneous effects of the Korean Wave and Korean idol brand ambassadors on students' purchase intention.*

*The research method employs a quantitative approach with causal research design. The population consists of undergraduate Management students at Universitas Dharma Andalas, with a sample of 130 respondents selected via purposive sampling. Data were collected through Likert-scale questionnaires and analyzed using multiple linear regression via SPSS software. The tests included validity, reliability, classical assumptions, and hypothesis testing (t-test and F-test).*

*The results partially show that the Korean Wave variable has a positive and significant effect on purchase intention. Similarly, the Korean idol brand ambassador variable has a positive and significant effect, emerging as the most dominant variable. Simultaneously, both variables significantly influence purchase intention with an R Square value of 57.4%, while other factors account for the remainder. The implication of this study is that skincare companies should strengthen marketing strategies based on Korean fan communities and be selective in choosing idol figures as brand faces to effectively attract young consumers' interest.*

**Keywords:** *Korean Wave, Korean Idol Brand Ambassador, Purchase Intention, Skincare Products, Undergraduate Management Students.*