



PENGARUH *KOREAN WAVE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIANPADA ALBUM OFFICIAL K-POP GIRL GROUP BLACKPINK DI KABUPATEN GARUT

Rifqi Taufik Rachman, Ramayani Yusuf

Universitas Garut, Univeritas Garut

24023120211@fekon.uniga.ac.id, ramayani.yusuf@poljan.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to measure how influential the Korean Wave variables are on purchasing decisions on the official k-pop girl group BLACKPINK's album. The method used in this study is a causal method using a quantitative approach. By taking the population in Garut Regency where there are special requirements, namely having to be a kpopers and who have listened to music or songs from BLACKPINK and taking a sample of 100 respondents. And for the validity test and reliability test this can be used in research, as well as the normality test used in research has substantial significance. The Korean Wave variable has a considerable impact on purchasing decisions, according to the direct correlation test. Based on this direct regression test, the purchasing decision variable is positively influenced by the Korean Wave variable. In addition, the Korean Wave simultaneously has a positive and significant influence on purchasing decisions, as shown by the F statistical test between the independent factors and the dependent variable.

Keywords : BLACKPINK, Korean Wave, Buying Decision, K-Pop, Album Official

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengukur seberapa berpengaruhnya antara variabel *Korean Wave* terhadap keputusan pembelian pada album official k-pop girl group BLACKPINK ini. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kausal dengan menggunakan pendekatan pada kuantitatif. Dengan mengambil populasi di Kabupaten Garut yang dimana ada persyaratan khusus yaitu harus seorang kpopers dan yang telah mendengarkan musik atau lagu dari BLACKPINK dan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Dan untuk uji validitas dan uji reliabilitas ini tersebut dapat digunakan dalam penelitian, serta uji normalitas yang digunakan dalam penelitian memiliki signifikansi yang substansial. Variabel *Korean Wave* memiliki dampak yang cukup besar terhadap keputusan pembelian, menurut uji korelasi langsung. Berdasarkan uji regresi langsung ini, variabel keputusan pembelian dipengaruhi secara positif oleh variabel *Korean Wave*. Selain itu, *Korean Wave* secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, seperti yang ditunjukkan oleh uji statistik F antara faktor independen dan variabel dependen.

Kata Kunci : BLACKPINK, Korean Wave, Keputusan Pembelian, K-Pop, Album Resmi.

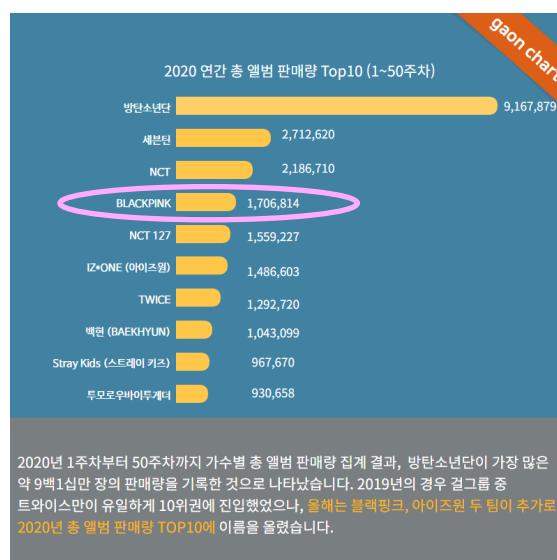


PENDAHULUAN

Korean Wave atau Hallyu adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan budaya Korea Selatan. Istilah "Hallyu" merujuk pada fenomena budaya Korea yang populer di Tiongkok dan Asia Tenggara pada akhir 1990-an. Anak muda yang tertarik dengan musik, drama, film, bahkan kuliner Korea sangat menyukai Hallyu. (Bok-rae, 2015) *Korean Wave* yang juga dikenal sebagai hallyu adalah fenomena budaya populer Korea Selatan yang menyebar ke seluruh dunia. Ini mencakup semua aspek budaya Korea, termasuk K-pop, K-drama, K-film, gaya hidup K-hi-tech, Kculture, K-kuliner, K-literatur, dan bahasa K tradisional. (Truong, 2018).

Drama Korea, film, musik, makanan, kosmetik, dan fashion membantu *Korean Wave*/hallyu berkembang di seluruh Indonesia. (Teguh Puja Pramadya & Jusmalia Oktaviani, 2016). Orang Indonesia yang tertarik dengan budaya Korea Selatan cenderung menyukai barang-barang yang digunakan selebriti Korea Selatan. (Siswandi & Rizky Annisa, 2019) Hallyu meningkatkan keinginan orang untuk memiliki barang-barang tersebut dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli. Hallyu secara signifikan memengaruhi pertumbuhan perjalanan global ke Korea dan permintaan barang Korea seperti kosmetik, pakaian, dan makanan di kalangan konsumen internasional (Haekyung Yu, dkk, 2012) Banyak penelitian sebelumnya telah menunjukkan hal itu. *Korean Wave* juga berdampak positif pada ekspor produk Korea dan pertumbuhan pembelian. (Lee, 2015).

Dalam Gaon Chart pada tahun 2020 Album yang berjudul "The Album" tersebut telah terjual 1.209.543 eksemplar, menurut YG Entertainment. BLACKPINK menjadi grup wanita Korea pertama yang menjual lebih dari 1 juta unit album sebagai hasilnya, membuat mereka dijuluki "Million Seller". BLACKPINK menempati posisi pertama di antara artis wanita.



Gambar 1 Data penjualan album tahun 2020
Sumber : Gaon Chart



Penjualan banyak album ini dibantu oleh fanatisme para penggemar BLACKPINK. *Korean Wave* saat ini mempengaruhi preferensi masyarakat Indonesia dalam berbagai hal, seperti meningkatnya penggunaan produk Korea Selatan. Salah satu produk yang banyak diminati masyarakat Indonesia adalah musik pop Korea (Idola Perdini Putri, 2019). Tetapi BLACKPINK berada diposisi ke 4 dalam penjualan album. Maka dari itu YG Entertainment mengharapkan dengan pengaruh dari Blackpink bisa meningkatkan penjualan albumnya yang bertajuk “BORN PINK” yang dimana BLACKPINK kini sebagai artis non-barat pertama yang mencapai daftar"TOP 5 most subscribers".

Fans dengan senang hati menghabiskan waktu, tenaga, dan uang mereka untuk menunjukkan kecintaan mereka pada idola mereka (Andina, 2019). Kecintaan terhadap idola inilah yang membuat BLINK penggemar dari girl grup BLACKPINK semakin mendukung karya mereka dengan membeli album resmi BLACKPINK untuk meningkatkan daftar penjualan album peringkat di Gaon Chart. (Hanny Fahirra, 2022). Maka berdasarkan latar belakang tersebut saya tertarik dengan tujuan untuk menganalisis “*Pengaruh Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Album Korean Pop Pada Girl Group BLACKPINK*”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal dan bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat antar variabel. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian definitif dengan tujuan menguji hipotesis dan hubungan spesifik tentang dampak *Korean Wave* terhadap keputusan pembelian, kemudian dianalisis menggunakan analisis kuantitatif. Data primer diperoleh dari tanggapan survei yang dibagikan kepada 100 responden melalui formulir Google. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari literasi buku, artikel ilmiah, artikel berita, jurnal, dan survei.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah “Sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas (Sugiyono, 2017). Dari sini dapat disimpulkan bahwa populasi adalah sekelompok orang objek atau hal-hal yang menjadi sumber pengambilan sampel, koleksi yang memenuhi persyaratan tertentu dalam kaitannya dengan masalah penelitian. Disini peneliti membawa populasi pada penggemar BLACKPINK di Kabupaten Garut.

Sampel adalah bagian dari jumlah properti setelah populasi ini. Jumlahnya tergantung jumlah penduduk (Sugiyono, 2017). Populasi penelitian ini adalah BLINK yang ada di kabupaten Garut yang jumlahnya tidak diketahui, sehingga tidak diketahui besarnya populasi penelitian ini. Responden survei adalah BLINK Kabupaten Garut yang menyukai BLACKPINK dan mendengarkan lagu-lagu BLACKPINK. Teknik pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *judgmental sampling*. Dan untuk skala pengukuran menggunakan skala likert dengan lima kategori respon mulai dari skor 1 “sangat tidak setuju” hingga skor 5 “sangat setuju”.



Tabel 1 Operasionalisasi Variabel Penelitian, Definisi, Indikator dan Skala

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Korean Wave (X1)	Menurut (Sagia & Situmorang, 2018) Fenomena Korea Selatan yang dikenal sebagai "Korean Wave" (Hallyu) adalah fenomena budaya terkenal yang menyebar ke seluruh Asia berkat media. Ungkapan "Gelombang Korea" digunakan untuk menggambarkan bagaimana budaya pop Korea telah melanda dunia sejak tahun 1990-an.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui Hallyu/Korean Wave 2. Menyukai budaya Korea 3. Memiliki minat membeli produk Hallyu/Korean Wave 4. Melakukan pembelian produk Hallyu Korean Wave 	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Keller (2016) "Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka". keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis utama, antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian 	Likert

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Teknik Analisis Data

Pada penelitian artikel ini Teknik analisis datanya yaitu menggunakan alat IBM SPSS Statistic 26 untuk menentukan ada atau tidak ada hubungan antara kedua variable dan untuk mengetahui apakah ada kedua variable tersebut mempunyai nilai positif atau negative. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis uji validitas & reabilitas, uji normalitas (asumsi klasik), uji korelasi sederhana, uji regresi sederhana, uji koefisien determinasi, uji T, dan uji F.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas & Reliabilitas

Hasil uji validitas diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, tujuannya untuk mengetahui apakah setiap item dari setiap pernyataan valid atau tidak. Berdasarkan hasil uji validitas, semua item pernyataan dari masing-masing variabel memiliki nilai (Rhitung) > Rtabel (0,197), sehingga item pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan sebagai



ukuran untuk mengetahui pengaruh variabel. *Korean Wave* dalam Keputusan Pembelian. Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa nilai diperoleh nilai Guttman Split-Half Coefficient sebesar $0,855 > 0,197$. Sehingga item pernyataan dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur.

Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah BLINK yang ada di Kabupaten Garut yang menyukai BLACKPINK dan mendengarkan lagu-lagu BLACKPINK dengan rentang usia >20 tahun. Dari analisis diperoleh hasil sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebesar 76%. Dan untuk karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang paling banyak yaitu mahasiswa sebesar 60%. Selanjutnya berdasarkan karakteristik Pendidikan yang paling banyak yaitu tingkat S1 sebesar 51%.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Pada hasil dari Uji normalitas ini dengan menggunakan uji statistik non parametric Kolmogrov-Smirnov (K Hitung) sebesar $0,494 < K$ Tabel sebesar dan menghasilkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,968 > 0,05$ sehingga nilai Standard Residualnya dinyatakan menyebar secara normal dan berdistribusi secara normal. Dari hasil uji multikolinieritas variabel *Korean Wave* memiliki nilai tolerance 1,000 dan nilai VIF (Variance Inflection Factor) sebesar 1,000. Dari hasil tersebut, seluruh variabel memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,0 dengan nilai $VIF < 10$ dapat disimpulkan bahwa pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinieritas. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser yang di mana hasil setiap variabel mempunyai nilai signifikan $0,019 < 0,05$ sehingga data pada penelitian ini terdapat gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Korelasi Sederhana

Tabel 2

		<i>Korean Wave</i>	Keputusan Pembelian
<i>Korean Wave</i>	Pearson Correlation	1	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data yang di olah penulis (2023)

Pada hasil Uji Korelasi Sederhana ini menghasilkan kaidah keputusan R Hitung $0,729 > R$ tabel $0,197$ yang artinya terdapat hubungan antara variabel *Korean Wave* dengan variabel keputusan pembelian. Dikarenakan hasilnya positif maka hubungan kedua variabel tersebut memiliki hubungan positif, dengan nilai r sebesar $0,729$ memiliki derajat hubungan kuat.



Hasil Uji Regresi Sederhana

Pada hasil Uji Regresi Sederhana ini menghasilkan Nilai konstanta (α) adalah 7,867. Hal ini berarti apabila *Korean Wave* bernilai nol (0) maka besarnya keputusan pembelian album official girl group BLACKPINK yakni 7,867. Nilai koefisiensi *Korean Wave* (X) sebesar 0,789 yang artinya pada variabel *Korean Wave* ini memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian.

Tabel 3

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7.867	1.100		7.149	.000
	<i>Korean Wave</i>	.798	.076	.729	10.530	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, nilai Adjusted R² adalah sebesar 0,302. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel *Korean Wave* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian album official girl group BLACKPINK sebesar 72,9% (0,729), sedangkan 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Tabel 4

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.531	.526	2.588

a. Predictors: (Constant), *Korean Wave*

Sumber : Data diolah penulis (2023)

Hasil Uji Hipotesis (Uji-t)

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis Uji-t menghasilkan nilai t hitung pada variabel *Korean Wave* sebesar 10,530 dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima sehingga variabel *Korean Wave* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Hasil Uji Statistik F

Berdasarkan hasil analisis Uji Statistik F menghasilkan Nilai F hitung mendapat hasil sebesar 110,884 dengan sig. (P Value) sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima sehingga *Korean Wave* (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).



Tabel 5

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	742.810	1	742.810	110.884	.000 ^b
Residual	656.500	98	6.699		
Total	1399.310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), *Korean Wave*

Sumber : Data di olah penulis (2023)

Pengaruh *Korean Wave* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis data diatas menunjukkan bahwa variabel *Korean Wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian album BLACKPINK pada BLINK di Kabupaten Garut. Yang dimana jika seseorang menyukai musik Korea, drama atau film Korea, kemungkinan besar mereka akan membeli produk yang berhubungan dengan budaya Korea, seperti membeli album resmi grup idola yang mereka sukai. BLINK di Kabupaten Garut ini sering membeli album resmi BLACKPINK karena menyukai grup idola tersebut. BLINK (penggemar grup BLACKPINK) ini lebih suka membeli album resmi BLACKPINK daripada album grup idola lain karena album resmi BLACKPINK banyak menawarkan versi pada album fisik tersebut. Pembelian album official k-pop girl grup BLACKPINK ini terjadi pada saat BLACKPINK akan melangsungkan comeback dan ketika ada diskon. Para penggemar membeli album BLACKPINK ini disebabkan adanya pengaruh *Korean Wave* yang semakin meluas di Indonesia bahkan di Kabupaten Garut pun sudah banyak yang menyukai kpop dan sehingga dapat dikatakan pengaruh dari *Korean Wave* ini memiliki pengaruh besar pada keputusan pembelian.

Pada penelitian ini didukung dengan penelitian dari (Haggai Kennedy Ochieng, 2019) yang menyatakan bahwa pada variabel *Korean Wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan didukung oleh penelitian dari (Fahirra, 2022) yang membuktikan bahwa variabel *Korean Wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Tetapi berbeda dengan penelitian dari (Lestari, 2018) bahwa variabel *Korean Wave* berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini disebabkan karena terdapat perbedaan objek penelitian. Objek penelitian pada objek yang digunakan dalam penelitian (Lestari, 2018) adalah produk kecantikan yang tidak ada hubungannya dengan *Korean Wave*, dan kerusuhan politik antara Selatan, Utara, dan China berdampak negatif padanya. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah album resmi grup idola K-Pop ini menjadi objek kajian, sesuai dengan gambaran *Korean Wave* yang terkait langsung dengan musik Korea.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa *Korean Wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan pada pengujian data diatas



dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas bahwa data tersebut valid dan reliabel untuk digunakan penelitian, selain itu pada penelitian menggunakan uji normalitas bahwa pengujian tersebut dikatakan bernilai signifikan. Pada uji korelasi sederhana bahwa variabel *Korean Wave* ini berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada uji regresi sederhana ini menyatakan bahwa variabel *Korean Wave* ini berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian. Dan pada uji statistik F antara variabel bebas dengan variabel terikat menunjukkan bahwa *Korean Wave* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan dari peneliti karena tidak dapat dibahas secara mendalam pengaruh karakteristik *Korean Wave* terhadap keputusan pembelian karena hanya menggunakan kuesioner tertutup. Dan terdapat batasan lainnya adalah kuesioner hanya dapat disebar secara online dan hanya dapat diisi satu kali. Dan untuk mencegah terjadinya kecurangan, disarankan kuesioner untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk diisi dengan pertanyaan terbuka selain disebar secara *online* dan *offline*. Menurut hasil wawancara studi, mayoritas responden mengatakan mereka secara berurutan membeli album resmi BLACKPINK karena mereka adalah penggemar idola mereka, ingin mendukung upaya mereka untuk mendaki tangga penjualan album, ingin menghargai diri sendiri, dan menyukai konsep dan desain album. Informasi ini akan digunakan dalam penelitian selanjutnya untuk memperhitungkan fanatisme, serta loyalitas, motivasi, dan kualitas album. YG Entertainment dapat memikirkan kembali pendekatan pemasarannya dengan memperhatikan pengaruh *Korean Wave* pada perilaku konsumen sebagai hasil dari aplikasi praktis studi ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Andina, A. N. (2019). Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-Pop. *Syntax Idea*.
- Bok-rae, K. (2015). Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 154.
- Fahirra, H. (2022). Pengaruh Korean Wave Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Pengaruh Korean Wave Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 154.
- Haekyung Yu, dkk. (2012). Investigating Cosmetic Purchase. *International Journal of Management Cases*.
- Haggai Kennedy Ochieng, S. K. (2019). Cultural Exchange and Its Externalities on Korea-Africa Relations: How Does the Korean Wave Affect the Perception and Purchasing Behavior of African Consumers? *East Asian Economic Review*.
- Hanny Fahirra, A. L. (2022). Pengaruh Korean Wave Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Official Bts. *Keputusan Pembelian Album Official Bts*.
- Idola Perdini Putri, F. D. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *Jurnal Kajian Televisi dan Film*.
- Lee, W.-j. (2015). Korean Stars on the TV Drama and Their Influence to Foreign Fan's Behavior. *Advanced Science and Technology Letter*.
- Lestari, H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China). *Skripsi*.



- Siswandi & Rizky Annisa. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Teguh Puja Pramadya & Jusmalia Oktaviani. (2016). “Hallyu” (Korean Wave) As Part Of South Korea’s Cultural. *Dinamika Global*.
- Truong, N. X. (2018). The Impact of Hallyu 4.0 and Social Media on Korean Products. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 82.