

## Pengaruh Brand Ambassador Korea terhadap Gaya Hidup Konsumerisme di Kalangan Mahasiswa = The Influences of Korean Brand Ambassador on the Lifestyle of Consumerism Among Students

Pujangga Wisnu Murti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554021&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh brand ambassador asal Korea Selatan sebagai strategi pemasaran yang dapat menggiring masyarakat pada suatu situasi pembelian produk secara berlebihan di kalangan mahasiswa Universitas Indonesia. Kondisi ini berkembang karena melihat potensi konsumen yang ada. Ditambah penikmat budaya Korea yang cukup banyak dari berbagai kalangan, membuat produsen menggunakan strategi yang memanfaatkan minat dari konsumennya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memaparkan pengaruh brand ambassador Korea bagi masyarakat serta mengetahui faktor yang mendasari pembelian produk yang dipromosikan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam bentuk deskriptif. Dengan menggunakan metode purposive sampling dipilih sembilan orang narasumber. Selanjutnya dari narasumber yang sudah dipilih, informasi dihimpun dengan teknik wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya dan faktor psikologis menjadi faktor yang paling memengaruhi perilaku konsumen di kalangan mahasiswa. Selanjutnya pengaruh dari brand ambassador Korea pada produk instan di Indonesia bagi mahasiswa hanya bersifat impulsif dan tidak berlangsung dalam waktu yang lama, sehingga tidak memengaruhi perubahan gaya hidup. Kondisi ini dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan, kebutuhan terhadap produk, serta minatnya terhadap selebritas yang menjadi brand ambassador.

.....This study discusses the influence of brand ambassador from South Korea as a marketing strategy that can lead people to a situation of excessive product purchase among students of the Universitas Indonesia. This condition thrives by looking at the potential existing consumers. Plus, there are quite a lot of Korean culture connoisseurs from various circles, making producers use strategies that take advantage of the interest of consumers. The purpose of this study is to describe the influence of Korean brand ambassador have for the community and to find out the factors underlying the purchase of the promoted product. This study uses qualitative method in descriptive form. By using purposive sampling method, selected nine speakers. From the selected speakers, information is collected by using interview technique. The results of this study indicate that cultural and psychological factors influences consumer behavior the most among students. The influence of Korean brand ambassador on instant product for Indonesian students is only impulsive and does not last for a long time, hence it does not affect lifestyle changes. This condition is influenced by the quality of the products offered, the need for products, and interest in celebrities as brand ambassador.