ABSTRAK
PENGARUH *KOREAN WAVE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
***PURCHASE INTENTION* PADA *SKINCARE* “COSRX”**
(Survei Pada Konsumen *Skincare* “COSRX” di Kabupaten Sleman)

Safrina Evy Nur Afifa

NIM 141210185

Email: 141210185@student.upnyk.ac.id

Dosen Pembimbing:

Sri Harjanti, S. E., M. Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *korean wave* dan *brand image* terhadap *purchase intention* pada *skincare* “COSRX”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang dilakukan pada 160 responden dengan subjek konsumen *skincare* “COSRX” di Kabupaten Sleman. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang distribusikan menggunakan *google form*. Analisis data dilakukan dengan *software* IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *korean wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, dan *korean wave* dan *brand image* berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *Korean Wave*, *Brand Image*, dan *Purchase Intention*