

ABSTRAK

Globalisasi yang terjadi saat ini memfasilitasi adanya pertukaran budaya dan perkembangan bisnis. Hal ini dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk melakukan ekspansi usaha ke pasar luar negeri. Salah satu pengaruh budaya luar yang masuk ke Indonesia berasal dari Korea Selatan adalah *Hallyu* atau *Korean Wave*. *Korean Wave* ini berdampak pada cara pandang dan selera konsumen dalam bidang kecantikan, *fashion*, makanan, musik, dan industri kreatif lainnya.

Latar belakang penelitian ini adalah adanya permasalahan terkait kepercayaan konsumen pada dua faktor yaitu negara asal dan citra merek sebelum melakukan pembelian suatu produk. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu Negara Asal (X) sebagai variabel independen, sedangkan Citra Merek (Y1) dan Keputusan Pembelian (Y2) sebagai variabel dependen.

Penelitian menggunakan metode kuantitatif berjenis deskriptif. 100 responden konsumen produk skincare Laneige di Indonesia, digunakan sebagai sampel yang diperoleh melalui teknik *non-probability sampling* yang menitikberatkan pada *incidental sampling*. Analisis deskriptif dan analisis jalur (*Path Analysis*) dipilih sebagai teknik analisa data.

Hasil analisis deskriptif ketiga variabel berada dalam kategori baik. Hasil *path analysis* membuktikan bahwa Negara Asal berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek sebesar 27,8%, Negara Asal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 25,6%, dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 57,9%.

Kata Kunci: Negara Asal, Citra Merek, Keputusan Pembelian