

RINGKESAN

Judul dina ieu panalungtikan nya éta “Hubungan antara endorser selebritis Koréa jeung kaputusan meuli situs balanja online Shopee (Studi Korelasi dina komunitas Twice Ina). Aya seueur strategi anu tiasa dilakukeun pikeun ngamajukeun produk supados tiasa dikenal ku masarakat sareng tiasa mangaruhan kaputusan pameseran. Iklan mangrupa salah sahiji cara pikeun nepikeun pesen ka audience ngaliwatan media, iklan boga wengkuan anu kacida lega. Shopee ngalarapkeun ieu pikeun narik perhatian pamiarsa ku cara narik seniman Korea pikeun janten béntang iklanna. Pamakéan endorser selebriti Korea dipiharep tiasa ngabantosan kaputusan pameseran dina situs balanja online Shopee.

Ulikan ieu boga tujuan pikeun nangtukeun hubungan antara endorser selebritis Korea jeung kaputusan balanja online Shopee. Tiori anu digunakeun nya éta tiori Difusi Inovasi ku Everett M. Rogers anu nyebutkeun difusi mangrupa prosés nalika hiji inovasi ditepikeun ngaliwatan sababaraha saluran kalawan kurun waktu nu tangtu dina hiji sistem sosial. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta kuantitatif nganggo pendekatan studi deskriptif jeung korelasi, téhnik ngumpulkeun data anu dilaksanakeun ngawengku studi Pustaka, wawancara jeung angké. Sampelna dicokot saloba 88 réspodén, kalawan téhnik sampling ngagunakeun téhnik probability sampling kalawan tipe random sampling. Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta analisis déskriptif, uji hipotésis kalawan koefisien korelasi rank Spearman jeung uji koefisien determinasi anu diolah ku bantuan program SPSS 25.0.

Dumasar kana hasil panalungtikan, nuduhkeun aya hubungan anu signifikan sarta miboga hubungan anu positif/searah antara visibilitas (X1), kredibilitas (X2), daya tarik (X3) jeung kakuatan (X4) jeung kaputusan beuli (Y). Situs balanja online Shopee di komunitas Twice. Ina. Visibilitas (X1) mangrupa indikator tina variabel anu paling dominan, mibanda koefisien korelasi 0,543 sarta kaasup kana kategori korelasi sedeng. Sedengkeun tingkat hubungan simultan kana kaputusan beuli situs balanja online Shopee miboga nilai koefisien korelasi 0,622 anu kaasup kana kategori korelasi kuat.

Kata Kunci: Selebritis endorser, Kaputusan Meuli, Iklan.