

ABSTRAK

Nama : Tri Adinda Lestari
NIM : 20190501002
Program Studi : Komunikasi Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK AKTOR DRAMA KOREA
KIM SOO HYUN SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI
Y.O.U DI SMA YUPPENTEK 1 TANGERANG

Dalam berkembangnya era globalisasi serta kemajuan teknologi, fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu* telah memperkenalkan budaya Korea Selatan ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Merek lokal kecantikan seperti Y.O.U telah memanfaatkan popularitas aktor Korea yaitu Kim Soo Hyun, untuk menjadi *brand ambassador* agar mampu mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk mereka.

Adakala dibuatnya penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana pengaruh dari daya tarik Kim Soo Hyun sebagai *brand ambassador* terhadap minat beli Y.O.U di kalangan siswa SMA YUPPENTEK 1 Tangerang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei berupa kuesioner. Peneliti menggunakan Teknik *Purposive Sampling* dengan metode yang dipakai adalah *Non-probability Sampling* untuk jumlah responden sebanyak 100 siswa. Data dianalisis melalui IBM SPSS Statistics 25 dan berdasarkan respon dari responden melalui uji koefisien determinasi didapatkan nilai *r square* sebesar 0.298 atau sebesar 30%. Hal ini menandakan bahwa sekitar 30% dari variasi dalam Minat Beli produk Y.O.U dapat dijelaskan oleh Daya Tarik *Brand Ambassador*. Sementara itu, sisanya sebesar 70% mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar lingkup penelitian ini. Temuan ini menggarisbawahi peran penting *brand ambassador* dalam memengaruhi preferensi konsumen dan memberikan wawasan bagi industri kecantikan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Dalam konteks globalisasi dan pengaruh budaya, temuan ini juga mencerminkan bagaimana *Korean Wave* dapat menjadi aset dalam mempengaruhi minat beli di pasar lokal.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Daya Tarik, Minat Beli

ABSTRACT

Name : Tri Adinda Lestari
NIM : 20190501002
Study Program : Komunikasi Pemasaran
Title of Thesis : THE EFFECT OF KOREA DRAMA ACTOR KIM SOO HYUN'S ATTRACTION AS A BRAND AMBASSADOR ON THE INTEREST TO BUY Y.O.U AT SMA YUPPEN TEK 1 TANGERANG

In the development of the globalization era and technological advancements, the phenomenon of the Korean Wave or Hallyu has introduced South Korean culture to various countries, including Indonesia. Local beauty brands like Y.O.U have leveraged the popularity of Korean actor Kim Soo Hyun to become a brand ambassador in order to influence consumer purchasing interest towards their products.

Sometimes, research is conducted to examine the extent of Kim Soo Hyun's attractiveness as a brand ambassador on the purchasing interest of Y.O.U products among high school students at YUPPEN TEK 1 Tangerang. The research adopts a quantitative approach with a survey method using questionnaires. The researcher employs the Purposive Sampling Technique, utilizing the Non-probability Sampling method, with a total of 100 student respondents. Data is analyzed through IBM SPSS Statistics 25, and based on respondent responses, the coefficient of determination test yields an R-squared value of 0.298, or 30%. This indicates that approximately 30% of the variation in the purchasing interest of Y.O.U products can be explained by the Brand Ambassador's Attractiveness. Meanwhile, the remaining 70% might be influenced by other factors beyond the scope of this research. This finding underscores the crucial role of a brand ambassador in influencing consumer preferences and provides insights for the beauty industry in designing effective marketing strategies. In the context of globalization and cultural influence, this finding also reflects how the Korean Wave can be an asset in influencing purchasing interest in the local market.

Keywords : *Brand ambassador, Attractiveness, Purchase intention.*