

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini, peneliti berhasil mengumpulkan data dari 100 responden. Kemudian data tersebut dianalisis dan digunakan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Pertanyaan dari rumusan masalah tersebut adalah “Bagaimana Daya Tarik Han So Hee sebagai *celebrity endorser* Somethinc di akun Instagram @somethincofficial?”. Berdasarkan hasil analisis data yang peneliti lakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan yang menjadi jawaban dari rumusan masalah.

Han So Hee merupakan *celebrity endorser* yang mempunyai tingkat daya tarik yang sangat tinggi yang terlihat dari hasil nilai deskriptif persentase yaitu sebesar 78,95%. Selain itu, Han So Hee juga mempunyai indikator dominan pada setiap dimensi daya tarik yaitu *cultural similarity* “berada dalam Kpop Wave/Hallyu” dan “latar belakang Asia”. Responden juga merasa mempunyai *interest similarity* pada minat merawat kulit. Ia juga mudah dikenali (*recognizable*) oleh responden, serta dinilai *goodlooking*, *elegant*, dan *charming* oleh responden. Dari data ini peneliti menemukan bahwa Han So Hee yang merupakan artis Korea Selatan, dinilai mempunyai daya tarik yang sangat tinggi secara keseluruhan dan mempunyai indikator tertinggi pada masing-masing dimensi sehingga membuat dirinya sesuai sebagai *celebrity endorser* merek kecantikan lokal

bagi responden. Selain itu, daya tariknya termasuk dalam proses identifikasi karena responden bersikap positif dan menyukai sumber pesan. Proses identifikasi berkaitan dengan teori *Elaboration Likelihood*, sehingga daya tarik Han So Hee termasuk dalam *peripheral route*. Indikator tertinggi dari masing-masing dimensi juga relevan antara satu dengan yang lain. Relevansi tersebut membuat produk Somethinc yang didukung oleh *celebrity endorser* Han So Hee mempunyai potensi dalam mendukung produk Somethinc dan mempengaruhi perilaku *followers* untuk menggunakan produk Somethinc. Hal mencerminkan aktivitas komunikasi pemasaran terpadu dimana *celebrity endorser* dapat membantu mempromosikan sebuah produk atau layanan.

B. Saran

1. Saran Akademis

Selama melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa batasan pada penelitian ini. Pertama, keterbatasan tersebut adalah jumlah sampel yang digunakan tergolong kecil dibandingkan jumlah dari populasinya bila merujuk pada *followers* Instagram @somethincofficial. Kedua, peneliti menemukan bahwa pernyataan pada indikator gaya hidup dan rentang usia dari dimensi *similarity* kurang bisa memberi data yang lebih mendalam. Hal ini menyebabkan peneliti mengalami kesulitan dalam menganalisis data dan menulis pembahasan pada kedua indikator tersebut.

Ketiga, indikator *interest similiarity* bisa menggunakan elemen dari *celebrity endorser* seperti gaya rambut, warna kulit, dan lainnya.

Dari hal ini, terdapat saran dari peneliti yang diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai daya tarik *celebrity endorser* serta menjadi referensi untuk penelitian berikutnya. Pertama, untuk penelitian berikutnya dapat menggunakan sampel yang lebih luas sehingga mendapatkan data yang lebih akurat. Kedua, penelitian berikutnya dapat menambahkan pernyataan lebih dan mendalam untuk membahas indikator gaya hidup dan rentang usia dari penelitian ini pada kuisioner. Ketiga, penelitian berikutnya bisa menggunakan pernyataan *interest similiarity* yang terkait pada kemiripan dari segi fisik *celebrity endorser*. Keempat, penelitian berikutnya yang ingin menggunakan teori *Elaboration Likelihood* dan *Source identification* bisa menambahkan pernyataan terkait dengan *celebrity endorser* yang terkait dengan produk. Dari hal ini dapat diketahui apakah *celebrity endorser* masuk dalam kategori proses internalisasi atau identifikasi. Hasil dari data tersebut bisa dikaitkan dengan teori *Elaboration Likelihood*.

2. Saran Praktis

Berikutnya, terdapat saran dari peneliti untuk Somethinc sebagai merek kecantikan lokal yang memilih Han So Hee dan perusahaan kecantikan lainnya yang akan memilih *celebrity endorser*. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat mendeskripsikan daya tarik dari Han So

Hee sebagai *celebrity endorser* dan menjadi referensi untuk penggunaan *celebrity endorser* Korea Selatan kedepannya. Lalu, peneliti juga menyarankan untuk memilih *celebrity endorser* yang mempunyai dimensi *similarity* (kemiripan) yang kuat. Hal ini memungkinkan untuk menarik perhatian audiens yang tidak hanya merasa familiar dan menyukai selebriti tersebut, namun juga merasa ada kemiripan yang sama, sehingga audiens lebih mudah menerima pesan dari *celebrity endorser* tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Adzharuddin, N.A., & Salvation, M. (2020). The Influence of Celebrity Endorsement on Young Consumers' Purchase Intention: The Case of L'oreal's Skin-Care Products. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, 10(8), 733-751.
- Amakyewaa, E. et al. (2021). Ascertaining The Impact of Celebrity Attractiveness and Familiarity on Consumer Buying Behavior Among Female University Students in Ghana. *Journal of Research in Business and Management*, 9(5), 59-69.
- Barlian, E. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif & kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Belch, G., & Belch, M. (2020). Advertising and Promotion (12th ed.). McGraw-Hill Higher Education (International). Diakses dari : <https://bookshelf.vitalsource.com/books/9781260590210>
- Briñol, P. & Petty, R.E. (2009). Source factors in persuasion: A self-validation approach. *European Review of Social Psychology*, 20(1), 49-96.
- Cheng, H. (2014). *The Handbook of International Advertising Research*. Wiley Blackwell.
- Febrian, R. (2021, 25 September). Ramai-ramai Artis Korea Jadi Brand Ambassador Produk Lokal: Tetap Laku Mesti Tak Relevan. *VOI*. Diakses dari : <https://voi.id/bernas/88410/ramai-ramai-artis-korea-jadi-brand-ambassador-produk-lokal-tetap-laku-meski-tak-relevan>
- Female Daily. (2022, 5 Maret). Han So Hee Resmi Jadi Beauty Guru Brand Somethinc. *Editorial.femaledaily.com*. Diakses dari : <https://editorial.femaledaily.com/blog/2022/03/05/han-so-hee-resmi-jadi-beauty-guru-brand-somethinc>
- Hedhli, K. E., Zourrig, H., & Becheur, I. (2021). Celebrity endorsements: Investigating the interactive effects of internalization, identification and product type on consumers' attitudes and intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58(3): 102260.
- Hardiyana, S. (2014). Pengaruh guru PKn terhadap pembentukan karakter siswa. *Jurnal Ilmiah PPKn IKIP Veteran Semarang*, 2(1), 54-64.
- Hussain, D., & Khan, K. M. (2017). Understanding the effectiveness of Celebrity Endorsements. *Indore Management Journal*, 9(1), 44-59.
- Kelman, H.C. (1958). Compliance, identification, and internalization three processes of attitude change. *Journal of conflict resolution*, 2(1), 51-60.

- Khumaedi, M. (2012). Reliabilitas Instrumen Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Teknik mesin*, 12(1), 25-30.
- Klaus, N., & Bailey, A. A. (2008). Celebrity Endorsements: An Examination of Gender and Consumers' Attitudes. *American Business Law Journal*, 23(2), 53-61.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson
- Kompas. (2020, 20 April). Profil Han So Hee, Si Pelakor dalam Drama The World of the Married. *Kompas.com*. Diakses dari : <https://entertainment.kompas.com/read/2020/04/20/121924966/profil-han-so-hee-si-pelakor-dalam-drama-the-world-of-the-married>
- Krisyantono, R. (2006). Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Larasati, D.A. (2020, 24 April). Han So Hee Hidup Susah Sebelum Jadi Bintang 'The World of the Married'. *Detik*. Diakses dari : <https://hot.detik.com/mainstage/d-4986717/han-so-hee-hidup-susah-sebelum-jadi-bintang-the-world-of-the-married>
- Littlejohn, S.W., & Foss, K.A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE : United States of America.
- Masyhuri & Zainuddin. (2008). *Metodologi Penelitian : Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung : PT. Refika Aditama
- Media Indonesia. (2019, 5 Oktober). Indonesia, Pasar Potensial untuk Produk Perawatan Kulit. *mediaindoensia.com*. Diakses dari : <https://mediaindonesia.com/humaniora/263774/indonesia-pasar-potensial-untuk-produk-perawatan-kulit>.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Morrison, M.A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Nabila, F. (2021, 18 November). 7 Drama Han So Hee yang Lejitkan Karirnya, Padahal Baru 4 Tahun Berakting. *Suara.com*. Diakses dari : <https://www.suara.com/entertainment/2021/11/18/161644/7-drama-han-so-hee-yang-lejitkan-karirnya-padaahal-baru-4-tahun-berakting?page=3>
- Nasrum, A. (2018). *Uji normalitas data untuk penelitian*. Bali : Jayapangus Press Books.
- Natalia, S., & Rumambi, L.J. (2013). Analisa Prediksi / Penilai Efektivitas Penggunaan Selebritis Sebagai Brand Endorser Untuk Membangun

- Brand Image (Studi Kasus Iklan The Face Shop). *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*, 1(1), 1-8.
- Ohanian, R. (1990). Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers' Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 39-52.
- Onu, C. A., Nwaulune, J., Adegbola, E. A., & Kelechi, N. G. (2019). The Effect Of Celebrity Physical Attractiveness and Trustworthiness on Consumer Purchase Intentions: A Study On Nigerian Consumers. *Management Science Letters*, 9, 1965-1976.
- Peetz, T.B. (2012). *Celebrity Athlete Endorser Effectiveness: Construction and Validation of a Scale*. (Disertasi Doktorat, University of Nevada, 2012).
- Pebrianti, R., Wahirudin, & Pradikto, B. (2020). Analisis Kesiapan PKBM dalam Menghadapi Akreditasi Berbasis Sispema 2.0 di Kabupaten Rejang Lebong. *Journal of Lifelong Learning*, 3(2), 88-99.
- Permatasari, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(2), 76-81.
- Putri, A., Wibawa, B.M., & Persada, S.F. (2017). Analisis Deskriptif dan Tabulasi Silang pada Konsumen Produk Kosmetik Kategori Merek Mewah : Studi Kasus 6 Universitas di Kota Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(2), D260-D264
- Putri, C.N. (2021, 24 April). Mengenal Irene Ursula, Perempuan di Balik Kesuksesan Kecantikan Lokal Somethinc. *Kompas.com*. Diakses dari : <https://www.kompas.com/parapuan/read/532665005/mengenal-irene-ursula-perempuan-di-balik-kesuksesan-produk-kecantikan-lokal-somethinc>
- Pratiwi, R.S. (2021, 2 Maret). Masa Depan Cerah Produk Skincare Lokal. *Kompas.com*. Diakses dari : <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/03/02/170018320/masa-depan-cerah-produk-skincare-lokal?page=all>
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Regina, & Anindita, R. (2022). Pengaruh daya Tarik, Kredibilitas dan Sikap Merek terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk *Skincare*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1)
- Samarasinghe, U.S. (2017). Effectiveness of Celebrity Endorsement on Social Media towards Consumer's Purchase Intention. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/318253098_Effectiveness

_of_Celebrity_Endorsement_on_Social_Media_towards_Consumer's_Purchase_Intention

- Samarasinghe, H. M. U. S. R. (2018). Moderating Role of Consumer's Gender on Effectiveness of Celebrity Endorsement Towards Consumer's Purchasing Intention. *Global Journal of Management and Business Research: EMarketing*, 18(1), 1-11.
- Sarosa, A.P. (2018, 27 Desember). Alasan Wanita Indonesia Lebih Suka Produk Kecantikan asal Korea. *Tempo.co*. Diakses dari : <https://cantik.tempo.co/read/1159359/alasan-wanita-indonesia-lebih-suka-produk-kecantikan-asal-korea/full&view=ok>
- Shahrokh, Z.D., & Arefi, A. (2013). Identify Factors Influencing on the Effectiveness of Celebrities Advertising. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 3(12), 112-121.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage Learning.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung : ALFABETA.
- Somethinc. (2022). Cheat Sheet Niacinamide & retinol yang cocok buat kamu. *Instagram*. Diakses dari : https://www.instagram.com/p/CgyPNxVLJNe/?utm_source=ig_web_copy_link
- Somethinc. (2022). Christmas Greeting From Han So Hee. *Instagram*. Diakses dari : https://www.instagram.com/reel/Cmk6AZ-B6QI/?utm_source=ig_web_copy_link
- Somethinc. (2022). Get Han So Hee's #BrightBeautifully skin in 28 DAYS!. *Instagram*. Diakses dari : <https://www.instagram.com/p/CbHB4MKFnjs/>
- Somethinc. (2022). Greetings from Somethinc's Beauty Guru. *Instagram*. Diakses dari : <https://www.instagram.com/p/CatTyv2F3AQ/>
- Somethinc. (2022). Kulit kusam & kering selama puasa? Niacinamide Sabi Brightening Serum to the rescue. *Instagram*. Diakses dari : https://www.instagram.com/p/CcRniY8v2jt/?utm_source=ig_web_copy_link
- Somethinc. (2022). Han So Hee's Fave: Serum Pencerah #1. *Instagram*. Diakses dari : https://www.instagram.com/p/CeppfGfv-NE/?utm_source=ig_web_copy_link

- Somethinc. (2022). Han So Hee's Joining Our #BUCINSOMETHINC Gang!. *Instagram*. Diakses dari : <https://www.instagram.com/p/Ca8xxWlFKNP/>
- Somethinc. (2022). Skin Care Kecintaan Han So Hee untuk kulit cerah! Apa aja tuh?. *Instagram*. Diakses dari : <https://www.instagram.com/p/ChjsOihlGKB/>
- Somethinc. (2022). Sunscreen Sensasi Salju. *Instagram*. Diakses dari : https://www.instagram.com/p/Cd2S5cIFOsT/?utm_source=ig_web_copy_link
- Somethinc. (2022). Welcoming HAN SO HEE as Somethinc's Beauty Guru. *Instagram*. Diakses dari : <https://www.instagram.com/p/CaqoFxTvlFQ/?hl=en>
- Somethinc. (2022). [NEW PRODUCT ALERT] Spot #Somethinc New in Somethinc x Han So Hee Bundle?. *Instagram*. Diakses dari : <https://www.instagram.com/p/Cbb5nYkLDe6/>
- Wahab, A., Syahid, A., & Junaedi, J. (2021). Penyajian Data Dalam Tabel Distribusi Frekuensi Dan Aplikasinya Pada Ilmu Pendidikan. *Education and Learning Journal*, 2(1), 40-48.
- Yulia, E., dkk. (2019). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Sikap Pelanggan Akan Merek dan Itensi Pembelian Pada Suatu Produk Kosmetik Rintisan. *Kajian Branding Indonesia*, 1(1).
- Yunita, D., Nailis, W., & Nofiawaty. (2021). Source Model : Pengukuran Kredibilitas *Celebrity Endorser*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 19(1).
- Yoo, S. (2021, 14 Oktober). Biodata dan Profil Lengkap Han So Hee. *Idn Times*. Diakses dari : <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/sin-tya-1/biodata-dan-profil-lengkap-han-so-hee-c1c2?page=all>
- Yusuf, A.M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- 9ato_ent. (2021, 3 Desember). *Instagram*. Diakses dari : https://www.instagram.com/p/CXAc8Bvv6V5/?utm_source=ig_web_copy_link

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Gisela Novenia Lais, mahasiswa S1 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) Angkatan 2018. Sehubungan dengan kewajiban saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul: “DAYA TARIK HAN SO HEE SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER* @SOMETHINCOFFICIAL”, maka saya ingin meminta kesediaannya untuk mengisi kuisisioner saya. Terima kasih atas kesediaan dan waktu yang diberikan, Tuhan memberkati.

Syarat responden :

1. Apakah anda mengetahui Han So Hee?
2. Apakah anda mengikuti akun Instagram @somethincofficial?

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

- Perempuan
- Laki - laki

Panduan Pengisian :

Pilihlah jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan memilih satu angka yang mewakili penilaian anda secara jujur. Setiap angka yang akan anda pilih mewakili jawaban atas penilaian anda pada masing-masing indikator daya tarik dari Han So Hee sebagai *celebrity endorser* Somethinc.

Semakin tinggi angka yang diberikan, maka semakin positif penilaian anda pada indikator daya tarik *celebrity endorser*. Begitu pula dengan sebaliknya, semakin rendah angka yang anda pilih, maka semakin negatif penilaian anda pada indikator daya tarik *celebrity endorser*.

Similarity

1. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial berada dalam lingkungan Korean Wave / Hallyu sehingga saya merasa kami mempunyai kemiripan

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

2. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial mempunyai latar belakang budaya (Asia) yang mirip dengan saya

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

3. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial menyukai kucing sehingga saya merasa kami mempunyai kemiripan

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

4. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial menyukai lukisan sehingga saya merasa kami mempunyai kemiripan

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

5. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial mempunyai minat merawat kulit yang mirip dengan saya

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

6. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial mempunyai kebutuhan perawatan kulit yang mirip dengan saya

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

7. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial mempunyai gaya hidup yang mirip dengan saya

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

8. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial mempunyai rentang usia yang serupa dengan saya

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Familiarity

1. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial adalah selebriti yang terkenal

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

2. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial adalah selebriti yang mudah saya kenali

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Likability

1. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial mempunyai wajah yang rupawan

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

2. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial adalah selebriti yang elegan

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

3. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial adalah selebriti yang menawan

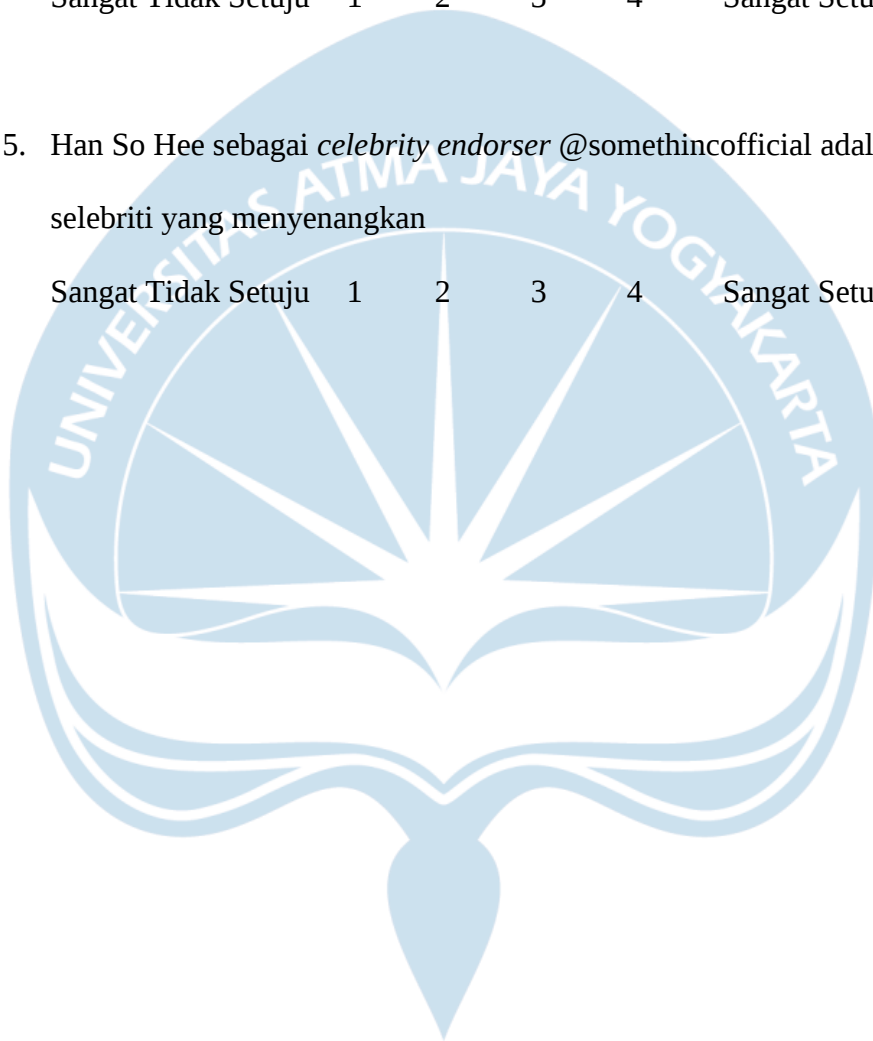
Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

4. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial adalah selebriti yang saya sukai

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

5. Han So Hee sebagai *celebrity endorser* @somethincofficial adalah selebriti yang menyenangkan

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju



Lampiran 2. Uji Validitas *Pearson Correlation*

		Correlations																
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	X11	X12	X13	X14	X15	Total	
X01	Pearson Correlation	1	.337**	.307**	.259**	.270**	.346**	.484**	.210*	.093	.186	.083	.111	.119	.054	.111	.535**	
	Sig. (2-tailed)		.001	.002	.009	.007	.000	.000	.036	.360	.064	.413	.272	.238	.591	.273	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X02	Pearson Correlation	.337**	1	.273**	.207*	.329**	.283**	.269**	.394**	-.032	.142	.038	.036	.036	.095	.022	.480**	
	Sig. (2-tailed)	.001		.006	.039	.001	.004	.007	.000	.748	.158	.707	.719	.720	.347	.827	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X03	Pearson Correlation	.307**	.273**	1	.488**	.178	.187	.405**	.364**	.084	-.038	.010	.042	.080	.141	.058	.538**	
	Sig. (2-tailed)	.002	.006		.000	.076	.062	.000	.000	.407	.706	.924	.678	.427	.161	.568	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X04	Pearson Correlation	.259**	.207*	.488**	1	.230*	.235*	.460**	.363**	.045	.000	.102	.096	.182	.246*	.241*	.582**	
	Sig. (2-tailed)	.009	.039	.000		.021	.019	.000	.000	.654	1.000	.310	.342	.070	.013	.016	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X05	Pearson Correlation	.270**	.329**	.178	.230*	1	.514**	.344**	.322**	.254*	.292**	.245*	.213*	.237*	.325**	.189	.610**	
	Sig. (2-tailed)	.007	.001	.076	.021		.000	.000	.001	.011	.003	.014	.034	.017	.001	.060	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X06	Pearson Correlation	.346**	.283**	.187	.235*	.514**	1	.407**	.483**	.240*	.243*	.150	.115	.149	.166	.111	.610**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.062	.019	.000		.000	.000	.016	.015	.136	.256	.139	.098	.273	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X07	Pearson Correlation	.484**	.269**	.405**	.460**	.344**	.407**	1	.456**	.056	.029	-.039	-.015	.066	.018	.092	.594**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.000	.000	.000		.000	.578	.774	.704	.884	.514	.861	.363	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X08	Pearson Correlation	.210*	.394**	.364**	.363**	.322**	.483**	.456**	1	.145	.068	.073	.067	.095	.140	.142	.606**	
	Sig. (2-tailed)	.036	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.150	.502	.472	.506	.348	.164	.160	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X09	Pearson Correlation	.093	-.032	.084	.045	.254*	.240*	.056	.145	1	.405**	.495**	.541**	.498**	.418**	.327**	.458**	
	Sig. (2-tailed)	.360	.748	.407	.654	.011	.016	.578	.150		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X10	Pearson Correlation	.186	.142	-.038	.000	.292**	.243*	.029	.068	.405**	1	.665**	.476**	.468**	.304**	.326**	.446**	
	Sig. (2-tailed)	.064	.158	.706	1.000	.003	.015	.774	.502	.000		.000	.000	.000	.002	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X11	Pearson Correlation	.083	.038	.010	.102	.245*	.150	-.039	.073	.495**	.665**	1	.758**	.841**	.534**	.500**	.514**	
	Sig. (2-tailed)	.413	.707	.924	.310	.014	.136	.704	.472	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X12	Pearson Correlation	.111	.036	.042	.096	.213*	.115	-.015	.067	.541**	.476**	.758**	1	.832**	.515**	.514**	.503**	
	Sig. (2-tailed)	.272	.719	.678	.342	.034	.256	.884	.506	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X13	Pearson Correlation	.119	.036	.080	.182	.237*	.149	.066	.095	.498**	.468**	.841**	.832**	1	.594**	.564**	.565**	
	Sig. (2-tailed)	.238	.720	.427	.070	.017	.139	.514	.348	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X14	Pearson Correlation	.054	.095	.141	.246*	.325**	.166	.018	.140	.418**	.304**	.534**	.515**	.594**	1	.784**	.561**	
	Sig. (2-tailed)	.591	.347	.161	.013	.001	.098	.861	.164	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X15	Pearson Correlation	.111	.022	.058	.241*	.189	.111	.092	.142	.327**	.326**	.500**	.514**	.564**	.784**	1	.518**	
	Sig. (2-tailed)	.273	.827	.568	.016	.060	.273	.363	.160	.001	.001	.000	.000	.000	.000		.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Total	Pearson Correlation	.535**	.480**	.538**	.582**	.610**	.610**	.594**	.609**	.458**	.448**	.514**	.503**	.565**	.561**	.518**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 3. Uji Realibilitas *Cronbach's Alpha*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	44.4800	31.444	.429	.808
X02	44.3500	31.866	.363	.813
X03	44.8200	30.210	.392	.814
X04	44.7300	30.341	.466	.806
X05	44.2200	31.143	.525	.801
X06	44.5400	30.312	.505	.802
X07	45.1900	30.155	.479	.805
X08	44.9500	30.008	.496	.803
X09	43.6400	33.243	.381	.811
X10	43.6200	33.268	.369	.812
X11	43.5600	33.421	.457	.809
X12	43.6100	33.210	.438	.809
X13	43.5900	32.911	.506	.806
X14	43.9300	31.965	.479	.805
X15	43.9500	32.391	.434	.808

Lampiran 4. Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
daya_tarik	.075	100	.177	.985	100	.330

a. Lilliefors Significance Correction

Lampiran 5. Data demografis responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	18	18.0	18.0	18.0
	Perempuan	82	82.0	82.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 6. Data rentang usia responden

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 23 tahun	93	93.0	93.0	93.0
	24 - 29 tahun	4	4.0	4.0	97.0
	30 - 35 tahun	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 7. Deskripsi Frekuensi Per Pernyataan

Berada dalam Lingkungan Korean Wave

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Tidak Setuju	17	17.0	17.0	24.0
	Setuju	56	56.0	56.0	80.0
	Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Latar Belakang Budaya (Asia)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Setuju	18	18.0	18.0	23.0
	Setuju	47	47.0	47.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Menyukai Kucing

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	21	21.0	21.0	21.0
	Tidak Setuju	26	26.0	26.0	47.0
	Setuju	30	30.0	30.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Menyukai Lukisan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	12	12.0	12.0	12.0
	Tidak Setuju	31	31.0	31.0	43.0
	Setuju	38	38.0	38.0	81.0
	Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Minat merawat kulit

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	17	17.0	17.0	18.0
	Setuju	48	48.0	48.0	66.0
	Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kebutuhan Perawatan Kulit

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
	Tidak Setuju	21	21.0	21.0	30.0
	Setuju	48	48.0	48.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Gaya Hidup

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	27	27.0	27.0	27.0
	Tidak Setuju	37	37.0	37.0	64.0
	Setuju	27	27.0	27.0	91.0
	Sangat Setuju	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Rentang Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	17	17.0	17.0	17.0
	Tidak Setuju	38	38.0	38.0	55.0
	Setuju	31	31.0	31.0	86.0
	Sangat Setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Selebriti terkenal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Setuju	17	17.0	17.0	22.0
	Sangat Setuju	78	78.0	78.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Selebriti yang mudah dikenali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	4.0
	Setuju	16	16.0	16.0	20.0
	Sangat Setuju	80	80.0	80.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Rupawan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	15	15.0	15.0	17.0
	Sangat Setuju	83	83.0	83.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Elegan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	18	18.0	18.0	21.0
	Sangat Setuju	79	79.0	79.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Menawan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	16	16.0	16.0	19.0
	Sangat Setuju	81	81.0	81.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Selebriti yang saya sukai

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	7.0
	Setuju	41	41.0	41.0	48.0
	Sangat Setuju	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Selebriti yang menyenangkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	6.0
	Setuju	45	45.0	45.0	51.0
	Sangat Setuju	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 8. Tabulasi silang

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Kelamin * Penilaian	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Jenis Kelamin * Penilaian Crosstabulation

Count

		Penilaian				Total
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Kelamin	Laki-laki	1	2	6	9	18
	Perempuan	6	13	27	36	82
Total		7	15	33	45	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	.409 ^a	3	.938
Likelihood Ratio	.427	3	.935
Linear-by-Linear Association	.353	1	.553
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.26.

Lampiran 9. Data Penelitian

Umur	Jenis kelamin	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 14	Total
21	Perempuan	2	2	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	50
22	Perempuan	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	52
21	Perempuan	3	1	1	2	2	2	2	1	4	3	4	4	4	3	4	40
22	Perempuan	3	2	4	4	2	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	48
21	Perempuan	2	1	1	1	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	42
22	Perempuan	4	2	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	52
22	Perempuan	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	41
32	Perempuan	2	2	1	2	2	2	1	1	2	3	3	2	2	3	3	31
22	Laki-Laki	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	41
22	Perempuan	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	55
22	Laki-Laki	1	4	1	1	4	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	43
21	Perempuan	3	3	2	2	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	2	43
20	Perempuan	2	3	1	1	3	3	1	1	4	4	4	4	4	3	3	41
21	Perempuan	3	3	1	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	48
22	Perempuan	3	2	1	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	49
22	Perempuan	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	55
20	Perempuan	3	1	3	2	3	3	1	4	4	4	4	4	4	3	3	45
22	Laki-Laki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
22	Perempuan	3	3	3	2	3	3	2	2	4	4	4	3	3	2	2	43
21	Perempuan	4	4	2	1	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	51
21	Perempuan	2	2	2	2	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	3	41
22	Laki-Laki	1	3	1	1	2	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	40
21	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
21	Perempuan	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	55
22	Perempuan	2	3	1	1	2	2	1	3	3	4	3	3	3	3	3	37
22	Perempuan	3	3	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	53
30	Perempuan	1	3	1	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	43
22	Perempuan	3	1	1	1	4	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	43
22	Perempuan	3	2	1	2	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	47
22	Laki-Laki	3	4	2	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	49
22	Perempuan	3	3	2	1	2	3	2	3	4	4	4	4	4	2	3	44
22	Perempuan	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	48
22	Perempuan	3	3	2	2	4	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	47
22	Perempuan	1	2	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	46
23	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	47
19	Perempuan	2	4	2	4	4	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	45
23	Perempuan	2	4	4	3	3	3	1	3	4	4	4	4	4	4	3	50
22	Perempuan	2	2	3	3	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	48
22	Perempuan	3	3	4	4	2	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	50
18	Perempuan	1	1	1	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	31
18	Perempuan	3	3	4	2	3	2	1	2	4	4	4	4	4	3	3	46
21	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
18	Perempuan	3	3	3	3	2	1	1	1	3	3	3	3	3	2	3	37
21	Perempuan	1	2	1	1	2	2	1	2	4	4	4	4	3	3	3	37
22	Laki-Laki	3	4	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	43
28	Perempuan	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	52
30	Perempuan	3	2	1	3	2	2	3	3	4	2	3	4	4	3	3	42
23	Perempuan	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	49
22	Perempuan	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	47
22	Laki-Laki	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	55
22	Laki-Laki	4	4	3	1	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	50
21	Perempuan	1	3	2	2	3	1	1	2	4	3	4	4	4	3	2	39
22	Perempuan	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	53
20	Perempuan	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	58
22	Perempuan	3	3	2	2	3	2	2	2	3	4	4	3	4	3	3	43
22	Laki-Laki	3	4	3	3	4	3	1	2	4	4	4	4	4	4	3	51
22	Laki-Laki	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	52
21	Laki-Laki	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	3	47
22	Laki-Laki	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
22	Laki-Laki	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	54
24	Laki-Laki	3	4	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	54
22	Laki-Laki	2	3	4	2	3	4	2	2	4	2	3	3	4	4	3	45
21	Laki-Laki	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	55
21	Laki-Laki	4	3	2	2	4	3	1	1	4	4	4	4	4	4	3	47
22	Perempuan	4	2	1	1	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	42
22	Laki-Laki	2	4	3	4	3	2	2	3	4	3	4	4	4	3	3	48
29	Perempuan	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	57
21	Perempuan	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	55
22	Perempuan	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	52
22	Perempuan	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	54
22	Perempuan	3	3	1	2	3	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	47
23	Perempuan	4	4	2	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	52
21	Perempuan	3	4	2	2	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	3	48
22	Perempuan	3	3	1	1	2	3	1	2	2	4	4	4	4	2	2	38
22	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
21	Perempuan	2	3	3	2	3	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	47
22	Perempuan	4	4	2	2	3	3	3	1	3	4	2	2	2	1	1	37
22	Perempuan	2	2	4	3	3	3	2	1	4	4	4	4	4	3	3	46
21	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
22	Perempuan	2	3	1	2	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	46
23	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
22	Perempuan	3	4	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	52
22	Perempuan	3	2	3	3	2	2	1	1	4	4	4	4	4	3	3	43
23	Perempuan	3	3	3	2	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	49
22	Perempuan	3	3	3	2	3	3	2	1	3	4	4	4	4	3	3	45
21	Perempuan	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	50
22	Perempuan	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	44
22	Perempuan	2	4	3	2	3	2	1	3	2	1	2	3	2	2	2	34
22	Perempuan	3	2	2	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	49
22	Perempuan	2	3	3	2	3	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	49
19	Perempuan	4	4	3	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	3	4	49
22	Perempuan	2	3	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	47
23	Perempuan	3	3	2	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	3	49
22	Perempuan	4	4	2	2	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	53
23	Perempuan	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	49
22	Perempuan	3	3	2	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	49
22	Perempuan	3	1	4	2	2	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	43
21	Perempuan	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
22	Perempuan	4	4	1	4	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	52
23	Perempuan	4	4	4	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	52