

## ABSTRAK

Yuca Yolanda Sari 01011170139

### **PENGARUH PRODUK KECANTIKAN, PEMUJAHAN SELEBRITI, HIBURAN KOREA DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT KONSUMSI PENONTON WANITA DI INDONESIA**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *audience involvement*, *celebrity worship*, *brand awareness* dan *perceived product quality* terhadap *purchase intention* dan *visit intention*. Penelitian ini menggunakan SmartPLS 3.3.3 untuk mengukur *outer loading* dan *inner model*. *Outer loading* terdiri dari uji reabilitas, uji validitas, uji diskriminan validitas. Sedangkan *Inner model* terdiri dari uji multikolinieritas, R Square, F Square, Q Square, serta P-Value. Penelitian ini menggunakan dari 52 responden untuk *pretest* dan dari 221 responden untuk *actual test* dengan kriteria responden warga negara Indonesia dengan jenis kelamin wanita, berdomisili di Indonesia, penikmat Drama/Film/Acara TV korea, mengidolakan Korean celebrity/K-Pop Idol (K-Popers), dan mengetahui produk kecantikan Korea. Hasil penelitian menyatakan bahwa: 1). *audience involvement* berpengaruh positif terhadap *celebrity worship*, 2). *Celebrity worship* berpengaruh positif terhadap *brand awareness*, 3). *brand awareness* berpengaruh positif terhadap *perceived product quality*, 4). *perceived product quality* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*, 5). *perceived product quality* berpengaruh positif terhadap *visit intention*. *Rsquare* masuk dalam kategori kecil – sedang dan *Qsquare\_predict* masuk dalam kategori sedang – besar.

***Kata Kunci : Audience Involvement, Celebrity Worship, Brand Awareness, Perceived Product Quality, Purchase Intention, Visit Intention.***