

## ABSTRAK

**Anisya Andrianita, 0807189, Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Indonesia Ke Korea Selatan** (survei terhadap Wisatawan Indonesia yang telah berkunjung ke Korea Selatan). Skripsi 2015, Dibawah Bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo.,S.Sos,S.Ps.,M.M. dan Yeni Yuniawati.,S.Ps.,M.M.

Pariwisata telah berkembang menjadi sebuah fenomena global. Dalam enam dekade terakhir, negara-negara berkembang menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor andalan dalam menghasilkan devisa. Sektor pariwisata Negara Korea Selatan sedang menjadi sorotan dunia. Seperti yang telah diketahui semenjak Tahun 1990-an telah terjadi fenomena dimana budaya Korea menjadi populer di seluruh dunia. Produk budaya populer Korea yang juga disebut sebagai “*Korean Wave*” terdiri dari drama televisi, film, musik populer (K-POP), Tarian (B-Boys), dan juga beberapa *video games*, kuliner, *fashion*, pariwisata, dan bahasa (Hangul). “*Korean Wave*” diciptakan oleh pers China (*Hanliu* dalam Bahasa China) kurang lebih 10 tahun yang lalu untuk menunjukkan kepopuleran budaya Korean pop di China. Tingkat kunjungan wisatawan asing ke Korea Selatan setiap tahunnya mengalami peningkatan, namun pada periode Mei 2015 terjadi penurunan pada angka kunjungan wisatawan. Adanya isu MERS di Korea Selatan diindikasikan menjadi penyebab penurunan jumlah wisatawan ke Korea Selatan. Untuk menghindari terjadinya penurunan kunjungan yang lebih parah pemerintah Korea Selatan melalui KTO merancang beberapa strategi untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke Korea Selatan, salah satunya adalah melalui strategi *celebrity endorser*. *Celebrity endorser* adalah salah satu metode promosi paling populer di dunia, dengan menggunakan selebriti yang menarik, menyenangkan, dan dapat dipercaya oleh publik yang dituju sehingga produk yang dipromosikan diketahui dan dikenal. Tujuan penelitian ini adalah memperoleh temuan mengenai pelaksanaan *celebrity endorser*, keputusan berkunjung dan pengaruh dari *celebrity endorser* terhadap keputusan berkunjung. Objek dalam penelitian ini adalah Korea Selatan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif, dan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan teknik sampling insidental, serta jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik regresi linear berganda dengan alat bantu software komputer SPSS 20 *for windows*. wawancara dan penyebaran angket sebagai teknik pengumpulan data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorser* dengan dimensi *visibility* (X1), *credibility* (X2), *attraction* (X3), dan *power* (X4) mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung yang

Anisya Andrianita, 2015

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP

KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN

ASAL INDONESIA KE KOREA SELATAN

terdiri dari *physical feature, social feature, time, task feature, dan current situation.*

**Kata Kunci : *celebrity endorser, keputusan berkunjung***

### ***ABSTRACT***

**Anisya Andrianita, 0807189, The Impact of Celebrity Endorser on Indonesian Tourist Visit Decision to South Korea.** (Survey of Indonesian tourist that been visited South Korea). Thesis 2015. Under the guidance of Thesis 2015. Under the guidance of

*Tourism has developed into a global phenomenon. In the last six decades, developing countries the tourism sector, the mainstay of the sector in generating foreign exchange. South Korea's tourism sector is becoming the world's spotlight. As has been known since the 1990s there has been a phenomenon in which Korean culture became popular all over the world. Korean popular culture product which is also referred to as the "Korean Wave" is composed of television dramas, movies, popular music (K-POP), Dance (B-Boys), and also some video games, culinary, fashion, tourism, and language (Hangul ). "Korean Wave" was created by the Chinese press (Hanliu in Chinese) about 10 years ago to show the popularity of Korean pop culture in China. The level of foreign tourist arrivals to South Korea each year has increased, but in the period from May 2015 a decline in tourist numbers. The issue of Mers in South Korea indicated the cause of a decrease in the number of tourists to South Korea. To avoid a more severe drop in traffic that the South Korean government through the KTO devise some strategies to continue to maintain and increase tourist visits to South Korea, one of which is through a strategy celebrity endorser. Celebrity endorser is one of the most popular methods of promotion in the world, using celebrity interesting, fun, and can be trusted by the target public so that the product being promoted is known and unknown. The purpose of this study was to obtain findings on the implementation of the celebrity endorser, the decision to visit and influence of*

**Anisya Andrianita, 2015**  
**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP**

**KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN**

**ASAL INDONESIA KE KOREA SELATAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

*celebrity endorser against the decision to visit. The object of this research is South Korea. This type of research is descriptive and verification, and the method used is explanatory survey with incidental sampling technique, as well as a sample of 100 respondents. Data analysis technique used is the technique of multiple linear regression with SPSS computer software tools for windows 20. interview and questionnaire as data collection techniques. The research findings show that the celebrity endorser with dimensions visibility (X1), credibility (X2), attraction (X3), and power (X4) has an influence on the decision to visit which consists of physical features, social features, time, task features, and the current situation ,*

*Keywords: celebrity endorser, the decision to visit*

**Anisya Andrianita, 2015**  
**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP**

**KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN**

**ASAL INDONESIA KE KOREA SELATAN**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)