

ABSTRAK

KREDIBILITAS SIWON “SUPER JUNIOR” DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DAN MINAT BELI PRODUK MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN (Survei pada Komunitas Penggemar Kpop)

Globalisasi tentu menghasilkan banyak pengaruh baru ke Indonesia, salah satunya dengan masuknya budaya Korea Selatan termasuk juga industri musiknya yang sangat maju. Dengan gaya yang khas serta menarik, banyak penduduk Indonesia yang tertarik untuk menyukai industri musik Korea Selatan yang sering dikenal dengan KPOP. Terdapat berbagai artis yang meramaikan KPOP ini, seperti penyanyi solo, duo, *girlgroup*, dan juga *boygroup*. Salah satu artis KPOP yang terkenal sebagai pelopor majunya gelombang Korea di Indonesia ialah *Super Junior*, sehingga mereka sudah dikenal oleh banyak kalangan mulai dari anak kecil hingga dewasa. Hal ini dimanfaatkan oleh PT Wings Food selaku perusahaan dari Mie Sedaap untuk menjadikan salah satu member dari Super Junior yaitu Siwon untuk menjadi ikon representatif akan salah satu produk mereka yaitu varian *Korean Spicy Chicken*. Penelitian ini berfungsi agar diketahui nantinya apakah *brand awareness* produk Mie Sedaap varian “*Korean Spicy Chicken*” berhasil menjadi mediator antara kredibilitas yang dimiliki Siwon “*Super Junior*” dan minat beli dari penggemar KPOP. Penelitian ini disebar melalui Google Form dengan jumlah 100 responden menggunakan *random sampling* dengan teori Kredibilitas Sumber serta perhitungan melalui teknik analisis regresi berganda dan *sobel test*.

Kata Kunci: Variabel mediasi, Siwon “*Super Junior*”, Brand Awareness, Minat Beli

ABSTRACT

KREDIBILITAS SIWON “SUPER JUNIOR” DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DAN MINAT BELI PRODUK MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN (Survei pada Komunitas Penggemar Kpop)

Globalization has certainly produced many new influences on Indonesia, one of which is the inclusion of South Korean culture, including its highly developed music industry. With a distinctive and attractive style, many Indonesians are interested in liking the South Korean music industry which is often known as KPOP. There are various artists who enliven this KPOP, such as solo singers, duos, girl groups, and also boy groups. One of the KPOP artists who is well known as a pioneer of the advancement of the Korean wave in Indonesia is Super Junior, so they are well known by many groups, from small children to adults. This was utilized by PT Wings Food as Mie Sedaap's company to make one of the members of Super Junior, namely Siwon, become a representative icon for one of their products, namely the Korean Spicy Chicken variant. This research serves to find out later whether the brand awareness of the Mie Sedaap product variant "Korean Spicy Chicken" has succeeded in becoming a mediator between Siwon's "Super Junior" credibility and buying interest from KPOP fans. This research was distributed via Google Form with a total of 100 respondents using random sampling with the theory of Source Credibility and calculations through multiple regression analysis techniques and Sobel tests.

Keywords: Mediation variable, Siwon "Super Junior", Brand Awareness, Purchase Intention