

Membandingkan Selebritas Tradisional dan Influencer Dalam Interaksi Parasosial, Autentisitas Personal, Persepsi Interaktivitas, dan Niat Beli = Comparing Traditional Celebrity and Influencer in Parasocial Interaction, Personal Authenticity, Perceived Interactivity, and Purchase Intention

Jacinta Dianti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20506961&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membandingkan selebritas tradisional dan influencer sebagai endorser, dan lebih lanjut membedakan influencer menjadi micro influencer dan macro influencer, dalam interaksi parasosial (IPS), autentisitas personal, persepsi interaktivitas, dan niat beli pada perempuan berusia 18 hingga 25 tahun ($n = 125$). Penelitian ini dilakukan dengan eksperimen daring. Hasil ANOVA menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat interaksi parasosial yang signifikan di antara selebritas tradisional dan micro influencer ($F = 0,05$), dengan selebritas tradisional menghasilkan IPS yang lebih tinggi. Kemudian, tidak ada perbedaan yang signifikan terkait autentisitas personal, persepsi interaktivitas, dan niat beli di antara selebritas tradisional dan micro influencer.

<hr>

.....This research compares traditional celebrities and influencers as endorsers, and further differentiates influencer into micro influencers and macro influencers, in parasocial interaction (PSI), personal authenticity, perceived interactivity, and consumers purchase intention among women aged 18 to 25 ($n = 125$). This research is conducted with online experiment. ANOVA test shows that there is a significant difference in parasocial interaction between traditional celebrities and micro influencers ($F = 0,05$), with traditional celebrities generating higher PSI. And then, there are no significant differences related to personal authenticity, perceived interactivity, and purchase intention between traditional celebrities and micro influencers.