

BAB III

TEMUAN HASIL PENELITIAN

Hasil pengumpulan data di lapangan mengenai pengaruh *celebrity endorser* dan kualitas produk *Nature Republic* terhadap minat beli komunitas penggemar/fandom akan dipaparkan dan dijelaskan dalam bab ini. Temuan ini akan dijabarkan dalam bentuk table berdasarkan variable yang sudah ditentukan sebelumnya. Variable tersebut diantaranya adalah *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, dan Minat Beli Komunitas Penggemar/*Fandom*.

A. Identitas Responden

Data mengenai identitas responden di penelitian ini terdapat dua bagian yaitu berdasarkan usia dan jenis kelamin. Berikut jawaban yang tercantum pada lembar kuisioner.

1. Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data dari responden yang ikut berpartisipasi dalam mengisi kuisioner terdapat hasil data perbedaan umur yaitu umur 18 tahun hingga 30 tahun. Berikut adalah tabel yang menunjukkan jumlah dari tiap umur responden

Tabel 1

Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
17 Tahun	1	1%
18 Tahun	3	3%
19 Tahun	2	2%
20 Tahun	15	15%

21 Tahun	25	25%
22 Tahun	26	26%
23 Tahun	9	9%
24 Tahun	8	8%
25 Tahun	4	4%
26 Tahun	4	4%
27 Tahun	1	1%
28 Tahun	1	1%
29 Tahun	1	1%
30 Tahun	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan data karakteristik responden pada tabel 1 dapat diketahui keberagaman usia para responden penelitian ini. Bisa dilihat pada tabel diatas rentang usia dari komunitas penggemar atau *fandom* berumur 17 sampai 18 tahun. Dan mayoritas yang telah menjadi responden dalam penelitian ini berumur 22 tahun.

2. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, terbagi dalam dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut adalah tabel presentase jumlah pembagian responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 2
Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	4	4%
Perempuan	96	96%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah 2019

Dapat dilihat pada tabel diatas, sebanyak 96% responden berjenis kelamin wanita dan sisanya sebanyak 4% berjenis kelamin laki-laki.

B. Variabel Celebrity Endorser

Celebrity Endorser adalah variable pertama dari penelitian ini yang menggunakan 9 tolak ukur. Berikut hasil temuan penelitian dari pengumpulan jawaban kuisioner yang sudah dibagikan kepada responden, diantaranya adalah

Tabel 3
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan EXO Mampu Menjelaskan Produk *Nature Republic* Secara Jelas

EXO Mampu Menjelaskan Produk <i>Nature Republic</i> Secara Jelas	Total	Prosentase
STS	1	1%
TS	4	4%
N	22	22%
S	47	47%
SS	26	26%
Total	100	100%

Sumber: Data kuisioner no. 1

Menurut hasil data kuisioner pada tabel 3 menunjukkan bahwa 47 responden setuju jika EXO mampu menjelaskan produk *Nature Republic* secara jelas. Sedangkan terdapat 22 responden yang menjawab Netral dan yang menjawab sangat setuju diketahui ada 26 responden. Hal ini menyatakan bahwa jawaban setuju menjadi jawaban dominan diantara jawaban responden yang lain. Ini juga membuktikan bahwa responden mengerti dan paham apa yang sudah EXO jelaskan kepada para responden sehingga responden bisa langsung menggunakan produk sesuai dengan arahan EXO sebagai *endorser* produk *Nature Republic*.

Kemudian tidak hanya kemampuan EXO menjelaskan produk *Nature Republic* secara jelas saja yang dibahas. Sebagai *Celebrity Endorser*, kesesuaian EXO dengan produk *Nature Republic* juga akan diukur dalam tabel berikutnya.

Tabel 4
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Kesesuaian EXO Sebagai
Celebrity Endorser produk *Nature Republic*

Kesesuaian EXO sebagai <i>Celebrity Endorser</i> produk <i>Nature Republic</i>	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	1	1%
N	10	10%
S	36	36%
SS	53	53%
TOTAL	100	100%

Sumber : Data kuisioner no. 2

Terlihat lebih dari 50% menjawab sangat setuju jika EXO memang sesuai dengan produk *Nature Republic* dengan memperoleh suara sebanyak 53%. Jawaban sangat setuju merupakan jawaban paling mayoritas pada kuisioner ini. Selain itu jawaban lainnya 36 orang memilih setuju dan 10 orang lainnya memilih netral. Hal ini bisa terjadi karena mungkin beberapa orang tidak terlalu memperhatikan *image*

yang diberikan EXO sebagai *celebrity endorser*. Dan pada tabel ini seluruh jawaban yang didapatkan masuk ke dalam kategori sangat memuaskan.

Kesesuaian *endorser* dalam suatu produk memang sangat penting. Akan tetapi, ketrampilan *endorser* dalam mempraktekkan cara penggunaan produk juga diperhatikan. Jika responden memperhatikan hal itu, maka jawaban akan terjawab pada tabel berikutnya.

Tabel 5
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Ketrampilan EXO
Mempraktekan Cara Pemakaian Produk *Nature Republic*

Keterampilan EXO Mempraktekan Cara Pemakaian Produk <i>Nature Republic</i>	Total	Presentase
STS	0	20%
TS	2	2%
N	25	25%
S	43	43%
SS	30	30%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data kuisisioner no. 3

Jawaban setuju menjadi mayoritas karena terdapat 43 orang yang menjawab pilihan tersebut, sedangkan 30 orang lainnya menjawab sangat setuju. Hal ini menandakan bahwa EXO memang dirasa terampil dalam mempraktekkan pemakaian produk *Nature Republic* oleh responden sehingga para responden mengerti apa yang telah diajarkan oleh EXO dan bisa langsung mempraktekkan pemakaian produk dengan baik dan benar.

Ketrampilan yang dimiliki oleh seorang *endorser* juga perlu didukung dengan adanya integritas yang baik dan memadai yang harus dimiliki dalam diri *endorser*. Dalam penelitian hal tersebut akan dijabarkan melalui tabel 6.

Tabel 6

**Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Integritas Baik EXO
Sebagai *Celebrity Endorser***

Integritas baik EXO sebagai <i>Celebrity Endorser</i>	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	0	0%
N	9	9%
S	32	32%
SS	59	59%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data kuisioner no. 4

Tabel diatas menarik perhatian untuk diteliti karena tidak ada yang menjawab tidak setuju bahkan sangat tidak setuju. Dikarenakan sebanyak 59 responden menjawab sangat setuju bahwa Integritas yang baik dan memadai sudah ada pada dalam diri EXO sebagai *endorser* terpilih produk *Nature Republic*. Sedangkan yang menjawab netral sebanyak 9 responden, dan yang menjawab setuju ada 32 responden. Data pada tabel diatas masuk dalam kategori sangat berpengaruh. Karena integritas EXO juga dibutuhkan saat akan mengiklankan sebuah produk yang nantinya akan dibeli oleh para pembeli.

Kejujuran juga sangat penting untuk dimiliki seorang *endorser*. Hal itu sebagai nilai tambahan atau nilai *plus* bagi EXO sebagai *endorser* dalam memasarkan produk agar pembeli bisa percaya dan yakin untuk membeli produk *Nature Republic*. Pada tabel selanjutnya akan membahas jawaban para responden tentang Kejujuran EXO dalam emasarkan produk *Nature Republic*

Tabel 7

**Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Kejujuran EXO
Memasarkan Produk *Nature Republic***

Kejujuran EXO memasarkan produk <i>Nature Republic</i>	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	3	3%
N	41	41%
S	36	36%
SS	20	20%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data kuisisioner no. 5

Sebanyak 41 responden memilih netral dalam memilih jawaban atas pertanyaan kejujuran EXO dalam memasarkan produk *Nature Republic*. Ini bisa terjadi karena mungkin sebagian besar orang tidak mengetahui kehidupan pribadi EXO. Masyarakat juga tidak tahu apakah EXO benar-benar memakai produk *Nature Republic* untuk menjaga kesehatan kulit mereka. Namun sebanyak 20 responden memilih untuk menjawab sangat setuju dan ini mungkin bisa terjadi ketika responden tersebut sudah melihat beberapa *reality show* EXO yang menunjukkan bahwa EXO memakai produk *Nature Republic*. Meskipun begitu, sail data yang didapatkan pada tabel ini masuk dalam kategori berpengaruh karena yang menjawab tidak setuju ada 3 suara dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 suara.

Selain penilaian dalam kejujuran, kepopuleran yang dimiliki seorang *endorser* juga sangat penting dan berpengaruh terhadap minat beli pembeli. Tabel 8 akan membahas Kepopuleran EXO menjadi pengaruh sebagai *Celebrity Endorser*.

Tabel 8

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Kepopuleran EXO Menjadi Pengaruh Sebagai *Celebrity Endorser*

Kepopuleran EXO menjadi pengaruh sebagai <i>celebrity endorser</i>	Total	Presentase
STS	1	1%
TS	0	0%
N	4	4%
S	7	7%
SS	88	88%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data kuisisioner no. 6

Pada tabel diatas dapat dilihat sebanyak 88 responden sepakat menjawab bahwa kepopuleran EXO berpengaruh sebagai *celebrity endorser*. Jawaban sangat setuju menjadi jawaban mayoritas pada tabel 8. Ini bisa terjadi karena memang EXO sudah mempunyai nama besar dan banyak dikenal di seluruh penjuru dunia khususnya negara Indonesia. Sedangkan sebanyak 4 responden menjawab netral dan diikuti 7 responden menjawab setuju. Walaupun begitu, tetap ada yang menjawab sangat tidak setuju yaitu sebanyak 1% saja.

Dalam hal kepopuleran, penampilan *endorser* juga perlu diperhatikan. Sudah sesuai atau tidak dengan produk yang akan di pasarkan serta target sasaran juga dipertimbangkan. Maka dari itu tabel selanjutnya akan membahas penampilan EXO sebagai *endorser* sudah sesuai atau tidak dengan produk *Nature Republic*.

Tabel 9

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Penampilan EXO Sesuai Dengan Produk *Nature Republic*

Penampilan EXO sesuai dengan produk <i>Nature Republic</i>	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	1	1%
N	13	13%
S	38	38%
SS	48	48%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data kuisisioner no. 7

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 48 responden menjawab sangat setuju terhadap penampilan EXO sesuai dengan produk *Nature Republic*. Jawaban sangat setuju menjadi jawaban terbanyak sedangkan 38 responden menjawab setuju dan 13 reponden menjawab netral. Lagi-lagi pada tabel ini hasil data yang didapatkan masuk kategori sangat berpengaruh. Karena penampilan yang baik sebagai *celebrity endorser* juga perlu dimilikki agar supaya bisa menarik perhatian para pembeli walaupun yang menjawab tidak setuju hanya 1 orang saja.

Penampilan yang dimiliki seorang endorser juga perlu didukung dengan adanya *skill* untuk mengajak *buyer* atau pembeli berminat untuk membeli produk *Nature Republic*. Pada tabel selanjutnya yaitu tabel 10 akan menjabarkan hasil jawaban dari responden terkait kemampuan EXO dalam menumbuhkan minat beli produk *Nature Republic*.

Tabel 10

**Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Kemampuan EXO
Menumbuhkan Minat Beli Produk *Nature Republic***

Kemampuan EXO menumbuhkan minat beli produk <i>Nature Republic</i>	Total	Presentas e
STS	1	1%
TS	1	1%
N	3	3%
S	21	21%
SS	74	74%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data kuisisioner no. 8

Seperti yang diketahui pada tabel hasil data kuisisioner no. 8 sebanyak 74 responden menjawab sangat setuju bahwa EXO mampu dalam menumbuhkan minat beli produk *Nature Republic*. Menurut peneliti hal ini bisa terjadi mungkin dikarenakan EXO mempunyai daya tarik tersendiri dalam mengajak konsumen atau pembeli untuk membeli produk tersebut. Sebagian besar memilih sangat setuju karena bisa jadi EXO pintar dalam berbicara dan menawarkan produk. Meskipun begitu, ada 21 orang yang menjawab setuju dan lainnya menjawab netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pintar dalam menumbuhkan minat beli juga didukung dengan adanya kepribadian baik yang dimiliki sebagai seorang *endorser*. Maka dari itu untuk membahas hal tersebut akan dijabarkan atau dijelaskan pada tabel 11.

Tabel 11

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Kepribadian Baik yang dimiliki EXO Sebagai *Celebrity Endorser*

Kepribadian BAIk yang dimiliki EXO Sebagai <i>Celebrity Endorser</i>	Total	Presentase
STS	1	1%
TS	0	0%
N	13	13%
S	28	28%
SS	58	58%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 9

Lebih dari 50% menjawab sangat setuju bahwa EXO memiliki kepribadian yang baik sebagai seorang *endorser*. Masyarakat mungkin bisa menilai kepribadian mereka melalui acara-acara tv yang dibintangi EXO seperti *reality show* atau bisa juga *variety show*. Atau juga bisa ada beberapa masyarakat yang bertemu langsung ketika berlibur di negara gingseng yaitu negara Korea Selatan. Hal ini dapat dibuktikan pada tabel 11 presentase menunjukkan 58% suara. Walaupun ada 1 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Namun hal itu tidak berpengaruh karena mayoritas jawaban masuk dalam kategori sangat berpengaruh.

A. Kategori Variabel *Celebrity Endorser*

Dari 9 pertanyaan mengenai *celebrity endorser* didapatkan hasil interval berdasarkan pada persebaran skor yang ditemukan pada temuan penelitian sebagai berikut :

$$\begin{aligned}i &= \frac{R}{K} \\ &= \frac{(9 \times 5) - (9 \times 1)}{5} \\ &= \frac{36}{5}\end{aligned}$$

$$= 7.2 = 7$$

Keterangan :

i = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran

K = Jumlah Interval

Dari perhitungan diatas, diperoleh lima kategori skor yang berkisar pada klasifikasi sebagai berikut :

Sangat Berpengaruh	= 37 - 43
Berpengaruh	= 30 - 36
Cukup Berpengaruh	= 23 - 29
Tidak Berpengaruh	= 16 - 22
Sangat Tidak Berpengaruh	= 9 - 15

Tabel 12

Presentase Skor Responden Tentang Variabel *Celebrity Endorser*

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Berpengaruh	37 – 43	74	74%
Berpengaruh	30 – 36	22	22%
Cukup Berpengaruh	23 – 29	3	3%
Tidak Berpengaruh	16 – 22	1	1%
Sangat Tidak Berpengaruh	9 – 15	0	0%
TOTAL		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Tabel diatas merupakan pembagian kategori untuk variabel *celebrity endorser* produk *Nature Republic* yang telah terbagi menjadi 5 kelompok. Yaitu

sangat berpengaruh, berpengaruh, cukup berpengaruh, tidak berpengaruh dan tidak berpengaruh. Pembagian interval kelompok kategori sudah disesuaikan dengan hasil hitung yang telah diperoleh.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil pengelompokkan kategori sesuai dengan hasil hitung interval. Terlihat frekuensi paling banyak didapatkan pada kategori sangat berpengaruh yaitu sebesar 74%. Hal ini membuktikan bahwa hasil dari jawaban yang telah diperoleh memang *celebrity endorser* sangat berpengaruh terhadap minat beli komunitas penggemar. Kemudian pada bagian selanjutnya akan dibahas temuan hasil penelitian dari variabel kedua yaitu variabel kualitas produk *Nature Republic*.

C. Variabel Kualitas Produk *Nature Republic*

Berikut merupakan temuan hasil penelitian dari pengumpulan data variabel kedua yaitu kualitas produk *Nature Republic*. Variabel ini mempunyai berbagai macam tolak ukur untuk bisa mengetahui pendapat responden mengenai kualitas produk *Nature Republic*. Temuan hasil yang didapatkan diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 13

**Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Kemudahan Penggunaan
Produk *Nature Republic***

Kemudahan Penggunaan Produk <i>Nature Republic</i>	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	0	0%
N	5	5%
S	50	50%
SS	45	45%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 10

Berdasarkan pengumpulan data, dapat dilihat pada tabel diatas sebanyak 50% memilih jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden sepakat penggunaan produk *Nature Republic* mudah dalam pengaplikasian. Dan jawaban sangat setuju juga menjadi jawaban mayoritas kedua terbanyak dengan jumlah presentase 45%. Menurut peneliti, produk *Nature Republic* memang sudah baik dalam memproduksi baik bahan untuk komposisi produk maupun dalam pengemasan produk sehingga para responden mudah dalam penggunaan produk *Nature Republic*.

Kemudahan pemakaian produk memang dinilai dalam variabel ini. Namun, tata cara penggunaan produk juga seharusnya menjadi bagian dari penilaian pada variabel ini. Tabel selanjutnya akan menjabarkan tentang penilaian responden terhadap terdapatnya petunjuk penggunaan dalam kemasan produk.

Tabel 14

**Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Adanya Petunjuk
Penggunaan Dalam Kemasan**

Terdapat petunjuk penggunaan dalam kemasan	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	1	1%
N	18	18%
S	51	51%
SS	30	30%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisioner no. 11

Bersumber tabel 14 yang merupakan data kuisioner no 11 jawaban setuju mengungguli dari semua jawaban para responden yaitu mencapai 51 suara. Sedangkan, jawaban netral memperoleh 18%. Menurut peneliti hal ini bisa terjadi mungkin beberapa responden tidak mencermati bagian kemasan yang terdapat petunjuk penggunaan produk atau bisa juga responden tidak paham dengan Bahasa yang digunakan pada kemasan tersebut dikarenakan menggunakan aksara korea atau biasa disebut *han-geul*.

Tak hanya petunjuk penggunaan yang terdapat pada kemasan produk. Tetapi, kemudahan responden dalam memesan atau mendapatkan produk juga menjadi bagian dari penilaian ini. Pada tabel selanjutnya akan dijabarkan mengenai kemudahan produk dalam pemesanan/pembelian.

Tabel 15

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Kemudahan Dalam Memesan/Mendapatkan Produk

Kemudahan dalam memesan/mendapatkan produk	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	1	1%
N	12	12%
S	48	48%
SS	39	39%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 12

Jawaban setuju menjadi jawaban mayoritas dalam tabel diatas dengan memperoleh 48% suara dari jawaban responden dan jawaban netral mendapat 12% suara. Jawaban setuju menjadi jawaban terbanyak mungkin karena responden mudah dalam mendapatkan produk melalui *store Nature Republic* secara langsung atau bisa juga memesan produk *Nature Republic* melalui *E-commerce* official dari *Nature Republic* atau *onlineshop* yang memang menjual produk tersebut.

Selain penilaian diatas, mengenai penilaian kemasan produk dalam ketahanan juga diperhatikan, mudah pecah atau rusaknya barang tersebut dalam pengemasan. Dan pada tabel selanjutnya akan menjabarkan penilaian responden terhadap ketahanan produk.

Tabel 16

Persebaran Presentase Responden Dalam Ketahanan Produk (mudah pecah/rusak)

Ketahanan Produk (mudah pecah/rusak)	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	2	2%
N	22	22%
S	42	42%
SS	34	34%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 13

Seperti yang diketahui pada tabel diatas, sebanyak 34% menjawab sangat setuju. Dan yang menjawab setuju memperoleh 42% suara. Jawaban setuju menjadi jawaban terbanyak lalu disusul jawaban sangat setuju selanjutnya jawaban netral menjadi jawaban terbanyak ketiga yaitu mendapatkan presentase 22% suara. Semua jawaban mayoritas masuk ke dalam kategori sangat baik. Menurut peneliti hal ini bisa terjadi karena kualitas yang dimiliki produk *Nature Republic* memang tidak mudah pecah ataupun rusak karena pengemasan sudah sesuai standar yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Produk andalan juga menjadi penilaian penting selain ketahanan produk. Karena, jika suatu *brand* mempunyai produk andalan itu menandakan bahwa kualitas produk yang dimiliki benar-benar terjamin. Kemudian, pada tabel selanjutnya yaitu tabel 17 yang merupakan kuisisioner no. 14 akan menjabarkan jawaban para responden mengenai produk andalan yang *Nature Republic*.

Tabel 17

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Produk Andalan Yang Dimiliki *Nature Republic*

Produk Andalan Yang Dimiliki	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	0	0%
N	10	10%
S	42	42%
SS	48	48%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 14

Bisa dilihat hasil data kuisisioner no 14 jawaban sangat setuju menjadi jawaban unggul dalam penilaian ini dengan memperoleh 48% suara. Responden merasa bahwa salah satu produk *Nature Republic* menjadi andalan para konsumen. Karena menurut peneliti lihat produk yang dimaksud yaitu merupakan produk *Aloe Vera Soothing Gel* atau bisa juga *Sheet Mask* atau masker lembaran untuk wajah, terbukti pada saat setiap *Grand Opening Store* di beberapa kota, produk *Aloe Vera Shooting Gel* banyak diincar dan cepat terjual habis. Kemudian para responden juga tidak ada yang menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju. Karena memang produk *Nature Republic* benar-benar menjadi andalan para konsumen.

Selain menjadi andalan, keamanan produk *Nature Republic* juga dinilai dalam pembahasan ini. Pada tabel 18 akan menjabarkan jawaban para responden mengenai keamanan produk *Nature Republic* dalam pemakaian.

Tabel 18

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Keamanan Penggunaan Produk *Nature Republic*

Keamanan Produk Dalam Penggunaan	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	0	0%
N	18	18%
S	48	48%
SS	34	34%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 15

Bersumber pada hasil data tabel diatas, data tersebut menarik perhatian untuk diteliti karena tidak ada yang menjawab tidak setuju bahkan sangat tidak setuju. Jawaban setuju menjadi jawaban unggul pertama yaitu memperoleh presentase suara sebanyak 48% lalu disusul jawaban sangat setuju 34%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sepakat bahwa produk *Nature Republic* memang aman digunakan oleh konsumen. Karena *Nature Republic* meng-claim bahwa bahan-bahan yang digunakan merupakan bahan-bahan alam yang terjaga baik kualitasnya.

Selain keamanan produk, kesesuaian produk *Nature Republic* juga menjadi salah satu tolak ukur dalam variabel kualitas produk ini. Hal ini akan dibahas lebih lanjut pada tabel 19 yang dimana merupakan data dari kuisisioner no 16.

Tabel 19

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Produk Dapat Digunakan Untuk Sehari-hari

Produk Dapat Digunakan Sehari-hari	Total	Presentase
STS	1	1%
TS	3	3%
N	11	11%
S	48	48%
SS	37	37%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 16

Sebanyak 48 responden sepakat untuk menjawab setuju dan kemudian jawaban terbanyak kedua memperoleh 37 responden menjawab sangat setuju dalam kuisisioner ini. Karena menurut peneliti, para responden merasa bahwa produk *Nature Republic* memang sudah pas untuk digunakan sehari-hari dan terbukti khasiat-khasiat yang telah diberikan. Meskipun begitu, salah satu responden menjawab sangat tidak setuju dan bisa juga dikarenakan produk tersebut memang tidak cocok untuk dipakai di kulit responden tersebut.

Tak hanya kesesuaian produk dalam penggunaan sehari-hari saja yang dinilai, tetapi kualitas produk *Nature Republic* juga menjadi acuan penilaian dalam variabel ini. Hal tersebut akan dibahas pada tabel berikutnya tentang kualitas produk *Nature Republic*.

Tabel 20

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Kualitas Produk Nature Republic

Kualitas Produk Baik	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	0	0%
N	15	15%
S	56	56%
SS	29	29%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 17

Pada tabel diatas, dalam pengambilan data di kuisisioner ini terlihat bahwa sebanyak 56% responden sepakat menjawab setuju dan sebanyak 29% responden menjawab sangat setuju. Hal ini menandakan bahwa kualitas produk *Nature Republic* memang baik. Karena produk tersebut memang terjaga kualitasnya serta baik bahan dan pengolahannya pun juga berpengaruh dalam kalitas produk. Dan hasil data pada tabel kuisisioner ini lagi-lagi masuk dalam kategori berpengaruh, ini dapat dibuktikan bahwa tidak ada yang menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju.

Selain kualitas baik yang harus dimiliki produk, kemudahan dalam perbaikan jika produk ditemukan kerusakan juga berpengaruh dalam tolak ukur variabel kualitas produk. Hal ini tentunya akan dijabarkan lebih lanjut melalui tabel selanjutnya.

Tabel 21

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Kemudahan Dalam Memperbaiki Kemasan Produk Jika Terjadi Kerusakan

Kemudahan Perbaikan Produk Jika Terjadi Kerusakan	Total	Presentase
STS	5	5%
TS	15	15%
N	52	52%
S	21	21%
SS	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 18

Hasil persebaran diatas dapat dilihat bahwa jawaban netral menjadi jawaban terbanyak karena memperoleh 52% suara. Seperti yang diketahui, apabila membeli produk secara langsung di *store* nya, maka kemungkinan besar pihak *Nature Republic* tidak bisa memperbaiki kemasan produk jika terjadi kerusakan pada kemasan. Atau jalan alternatifnya konsumen sendiri lah yang hanya bisa memperbaiki kemasan produk yang rusak. Selain itu sebanyak 21% responden menjawab setuju karena memang barang bisa diperbaiki atau ditukar apabila responden tersebut membeli produk di *onlineshop* bisa jadi terjadi kesalahan dalam pengiriman barang atau kurang hati-hatinya kurir dalam menjaga saat pengiriman barang.

Desain produk juga menjadi acuan untuk penilaian pada penelitian ini selain tabel diatas. Hal ini akan dijabarkan kesesuaian desain kemasan produk *Nature Republic* di tabel selanjutnya yaitu tabel 22.

Tabel 22

Persebaran Presentase Berdasarkan Kesesuaian Desain Produk Nature Republic Dalam Pengemasan

Desain Kemasan	Total	Presentase
Sudah Sesuai		
STS	0	0%
TS	0	0%
N	18	18%
S	61	61%
SS	21	21%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 19

Menurut hasil persebaran presentase responden pada kuisisioner ini terdapat hasil yang diperoleh yaitu jawaban setuju menjadi jawaban terbanyak. Sebanyak 61% responden menjawab setuju, 21% menjawab sangat setuju sedangkan yang menjawab netral terdapat 18%. Ini menandakan bahwa responden sepakat jika desain yang terdapat pada kemasan produk memang sudah sesuai dengan brand image yang dimiliki *Nature Republic*.

Selain desain produk, warna dalam produk *Nature Republic* juga berpengaruh dalam penilaian pada variabel kualitas produk. Di tabel selanjutnya akan dijabarkan mengenai kecocokkan warna yang dimiliki oleh *Nature Republic*.

Tabel 23

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Kecocokkan Warna Kemasan Produk Dengan Brand Image

Warna Kemasan Cocok Dengan Brand Image	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	0	0%
N	10	10%
S	50	50%
SS	40	40%
Total	100	100%

Sumber: data yang diolah 2019

Tak hanya desain pada kemasan, warna dalam kemasan memang berpengaruh dalam kesesuaian pengemasan produk. Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa sebanyak 50 responden sepakat menjawab setuju jika warna kemasan produk *Nature Republic* sudah sesuai dengan *brand image*. Karena *Nature Republic* menggunakan bahan-bahan alami, jadi kebanyakan warna yang digunakan untuk kemasan produk yaitu warna hijau dan kuning. Dan jawaban yang didapatkan pada data tabel diatas masuk ke dalam kategori sangat baik.

Tak hanya kecocokkan warna pada kemasan di produk *Nature Republic* yang dinilai, namun harga yang di tawarkan oleh *Nature Republic* juga diperhitungkan pada variabel ini. Jawaban pada pernyataan ini akan diketahui pada tabel selanjutnya yaitu tabel 24.

Tabel 24

Persebaran Presentase Berdasarkan Harga Yang Ditawarkan Oleh Nature Republic

Harga Yang Ditawarkan Nature Republic	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	3	3%
N	19	19%
S	54	54%
SS	24	24%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 21

Hasil pengambilan data pada kuisisioner diatas, dapat dilihat bahwa jawaban setuju mendapat presentase terbanyak yaitu 54%. Hal ini membuktikan bahwa memang harga yang ditawarkan oleh *Nature Republic* terhadap produk-produk yang diproduksi terjangkau untuk dibeli oleh para konsumen. Kisaran harga yang ditawarkan oleh produk *Nature Republic* mulai dari Rp. 18.000,00 sampai dengan Rp. 500.000.00. Kemudian disusul jawaban terbanyak didapatkan pada jawaban sangat setuju yaitu memperoleh 24% suara. Hasil data yang diperoleh pada tabel ini masuk ke dalam kategori sangat baik. Walaupun begitu, sebanyak 3 responden menjawab tidak setuju karena mungkin bagi responden tersebut harga yang ditawarkan bisa terbilang mahal sehingga tidak bisa dijangkau oleh responden tersebut.

Selain harga yang ditawarkan, terjaminnya kualitas produk juga berpengaruh dalam variabel kualitas produk. Karena apabila kualitas produk buruk maka konsumen tidak akan berminat untuk membeli. Maka dari itu, hal ini akan dibahas dan dijabarkan lebih lanjut pada tabel 25 yang merupakan data kuisisioner no 22.

Tabel 25

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Terjaminnya Kualitas Produk

Terjaminnya Kualitas Produk	Total	Presentase
STS	0	0%
TS	0	0%
N	25	25%
S	50	50%
SS	25	25%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisioner no. 22

Jawaban setuju menjadi jawaban mayoritas responden dikarenakan sebanyak 25% menjawab netral dan 25% responden menjawab sangat setuju, keduanya mendapatkan hasil presentase yang seimbang. Kemudian jawaban terbanyak yaitu sangat setuju karena memperoleh hasil presentase sebanyak 50%. Hal ini menunjukkan jika kualitas produk *Nature Republic* memang sangat terjamin. Sesuai dengan pernyataan *Nature Republic* bahwa bahan-bahan yang digunakan menggunakan bahan berkualitas tinggi dan terjamin akan hasilnya.

Dari 13 pertanyaan mengenai kualitas produk *Nature Republic* didapatkan hasil interval berdasarkan pada persebaran skor yang ditemukan pada temuan penelitian sebagai berikut:

$$i = \frac{R}{K}$$

$$i = \frac{(13 \times 5) - (13 \times 1)}{5}$$

$$i = 10.4 = 10$$

Keterangan:

I = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran

K = Jumlah Interval

Dari perhitungan diatas, dapat diperoleh 5 kategori skor yang berkisar pada klasifikasi sebagai berikut:

Sangat Baik	= 53 - 62
Baik	= 43 - 52
Cukup Baik	= 33 - 42
Tidak Baik	= 23 - 32
Sangat Tidak Baik	= 13 - 22

Tabel 26

Presentase Skor Responden Tentang Variabel Kualitas Produk *Nature Republic*

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Baik	53 – 62	54	54%
Baik	43 – 52	43	43%
Cukup Baik	33 – 42	3	3%
Tidak Baik	23 – 32	0	0%
Sangat Tidak Baik	13 – 22	0	0%
TOTAL		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Tabel diatas merupakan pembagian kategori untuk variabel kualitas produk *Nature Republic* yang telah terbagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik dan sangat tidak baik. Pembagian interval kelompok kategori disesuaikan dengan hasil hitung yang telah diperoleh.

Berdasarkan hasil pengelompokkan data kategori sesuai dengan interval pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa frekuensi terbanyak ada di kategori sangat

baik. Hal ini menandakan bahwa penilaian komunitas penggemar terhadap kualitas produk *Nature Republic* memang sangat baik. Hal ini terbukti dari jawaban yang masuk pada interval 53 – 62 yaitu sebanyak 54%. Mayoritas penilaian komunitas penggemar masuk pada kategori baik. Selanjutnya akan dibahas temuan hasil penelitian dari variabel minat beli komunitas penggemarr yang merupakan variabel terakhir.

D. Variabel Minat Beli Fandom

Berikut merupakan hasil pegumpulan data variabel ketiga yaitu minat beli fandom pada produk *Nature Republic*. Variabel ini mempunyai berbagai macam tolak ukur agar supaya mengetahui pendapat responden mengenai minat beli komunitas penggemar atau fandom pada produk *Nature Republic*. Temuan yang didapat adalah sebagai berikut:

Tabel 27

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Keseringan Komunitas Penggemar Membeli Produk

Keseringan Fandom Membeli Produk	Total	Presentase
STS	4	4%
TS	16	16%
N	34	34%
S	29	29%
SS	17	17%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 23

Berdasarkan tabel diatas, jawaban netral lebih banyak didapat yaitu ada 34 suara dari seluruh jawaban responden. Hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar responden memang tidak terlalu sering dalam membeli produk *Nature Republic*. Karena menurut peneliti, seorang fandom akan membeli sebuah produk yang akan berhubungan dengan idolanya. Mungkin bisa jadi beberapa produk *Nature Republic* tidak terdapat wajah para anggota EXO pada kemasan produk. Sedangkan jawaban

tidak setuju mendapat total suara sebanyak 16%. Dan yang memilih jawaban setuju yaitu sebanyak 29%.

Tidak hanya keseringan seseorang dalam membeli produk yang dinilai. Namun, keyakinan seorang pembeli dalam membeli produk *Nature Republic* juga akan dibahas. Tabel selanjutnya akan menjabarkan tentang keyakinan seorang pembeli dalam membeli produk.

Tabel 28

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Keyakinan Membeli Produk

Keyakinan Membeli Produk	Total	Presentase
STS	2	2%
TS	6	6%
N	35	35%
S	34	34%
SS	23	23%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 24

Menurut tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban mayoritas didapatkan pada jawaban netral yaitu memperoleh 35% suara dari jawaban responden. Dan sebanyak 34% responden memilih jawaban setuju. Hal ini bisa dipastikan bahwa mayoritas responden pada kuisisioner ini memang selalu yakin dalam membeli produk *Nature Republic*. Karena ini membuktikan jika produk *Nature Republic* cocok digunakan di kulit baik wanita atau pria Indonesia. Meskipun begitu sebanyak 6 orang memilih untuk menjawab tidak setuju dan 2 orang sisanya menjawab sangat tidak setuju. Keraguan yang dimiliki responden tersebut muncul karena adanya beberapa *review* produk yang menunjukkan ketidakcocokkan produk dalam penggunaan. Sehingga membuat beberapa responden tidak yakin untuk membeli produk *Nature Republic*.

Selain keyakinan dalam membeli produk, dalam menawarkan produk kepada orang lain juga dinilai pada variabel ini. Jika produk tersebut bagus, secara otomatis seorang pembeli akan merekomendasikan kepada temannya atau orang lain. Maka dari itu, hal ini akan dijabarkan lebih lanjut pada tabel selanjutnya yaitu tabel 29.

Tabel 29
Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Penawaran Produk Kepada Orang Lain

Penawaran Produk Kepada Orang Lain	Total	Presentase
STS	3	3%
TS	5	5%
N	30	30%
S	48	48%
SS	14	14%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisioner no. 25

Bersumber pada data kuisioner no. 25, dapat dilihat jawaban setuju menjadi jawaban mayoritas pada kuisioner ini yaitu sebanyak 48 suara dan jawaban sangat setuju mendapat 14 suara. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar responden memilih untuk menawarkan produk *Nature Republic* kepada temannya atau orang lain karena kualitas yang dimiliki produk tersebut memang sangat baik dan sangat rekomendasi. Kemudian yang menjawab sangat tidak setuju memperoleh 3% suara dan tidak setuju sebanyak 5% suara.

Tak hanya menawarkan produk kepada teman atau orang lain yang dinilai. Namun, mendahulukan untuk membeli produk sebelum membeli produk lain juga akan dinilai. Tabel selanjutnya akan menjabarkan tentang seorang pembeli mendahulukan membeli produk *Nature Republic* daripada merk lain.

Tabel 30

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Mendahulukan Membeli Produk *Nature Republic* Daripada Merk Lain.

Mendahulukan Produk Nature Republic	Total	Presentase
STS	4	4%
TS	26	26%
N	45	45%
S	16	16%
SS	9	9%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisioner no. 26

Dapat diketahui hasil pengumpulan data diatas bahwa jawaban mayoritas di tabel ini adalah jawaban netral dengan memperoleh 45 suara. Sedangkan yang menjawab tidak setuju mendapatkan 26 suara. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua responden mendahulukan produk *Nature Republic* dalam membeli suatu produk kecantikan. Bisa jadi, ada produk lain yang lebih cocok digunakan oleh para responden tersebut. Meskipun begitu sebanyak 9 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka memang selalu mendahulukan produk *Nature Republic* sebelum akhirnya membeli produk dengan merk lain.

Selain diatas, mencari info sebelum membeli produk juga menjadi bagian penting dalam variabel kualitas produk ini. Karena, sebelum membeli biasanya para pembeli akan mencari-cari info tentang produk yang akan beli dan dipakai. Apakah produk *Nature Republic* baik atau tidak jika digunakan, atau bisa juga para responden mencari tahu komposisi yang dipakai dalam pembuatan produk mencegah adanya kandungan binatang dalam komposisi bahan. Hal tersebut akan dibahas pada tabel selanjutnya.

Tabel 31

Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Mencari Info Sebelum Membeli Produk

Mencari Info Sebelum Membeli Produk	Total	Presentase
STS	1	1%
TS	1	1%
N	21	21%
S	41	41%
SS	36	36%
Total	100	100%

Sumber: Data Kuisisioner no. 27

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data responden, sebanyak 41% jawaban setuju menjadi jawaban mayoritas pada kuisisioner ini. Dan diikuti jawaban sangat setuju terbanyak kedua yaitu mendapatkan 36% suara dari hasil jawaban responden. Hal ini membuktikan bahwa responden selalu mencari info terlebih dahulu tentang produk yang akan dibeli agar supaya sesuai dengan kebutuhan yang dimiliki oleh masing-masing responden. Kandungan-kandungan yang ada pada produk *Nature Republic* penting untuk diketahui sebelum memakai produk ini.

Dari 9 pertanyaan mengenai minat beli komunitas penggemar atau *fandom* didapatkan hasil interval berdasarkan pada persebaran skor yang ditemukan pada temuan penelitian sebagai berikut:

$$i = \frac{R}{K}$$

$$i = \frac{(5 \times 5) - (5 \times 1)}{5}$$

$$i = \frac{20}{5}$$

$$i = 4$$

Keterangan:

I = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran

K = Jumlah Interval

Dari perhitungan diatas, diperoleh lima kategori skor yang berkisar pada klasifikasi sebagai berikut:

Sangat Tinggi	= 21 - 24
Tinggi	= 17 - 20
Cukup Tinggi	= 13 - 16
Rendah	= 9 - 12
Sangat Rendah	= 5 - 8

Tabel 32

Presentase Skor Responden Tentang Variabel Minat Beli Oleh Komunitas Penggemar

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Tinggi	21 – 24	20	20%
Tinggi	17 – 20	47	47%
Cukup Tinggi	13 – 16	28	28%
Rendah	9 – 12	3	3%
Sangat Rendah	5 – 8	2	2%
TOTAL		100	100%

Sumber: data primer yang diolah 2019

Tabel diatas merupakan pembagian kategori untuk variabel minat beli oleh komunitas penggemar yang sudah dibagi menjadi 5 kelompok yaitu sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, rendah dan sangat rendah. Pembagian interval kelompok kategori disesuaikan dengan hasil hitung yang telah diperoleh.

Berdasarkan hasil pengelompokan data kategori diatas, dapat dilihat bahwa frekuensi terbanyak diperoleh ada pada kategori tinggi yaitu sebanyak 47%. Hal ini menandakan bahwa ini sudah sesuai dengan jawaban yang masuk pada interval 17 – 20 sebanyak 56% dari 100%. Secara keseluruhan tingkat minat beli komunitas penggemar masuk pada kategori baik.

F. Tabulasi Silang (Crosstab)

Tabulasi silang merupakan salah satu metode analisis yang berguna untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini tabulasi silang dilakukan 3 kali, yaitu tabulasi silang antara *celebrity endorser* (X1) dengan minat beli komunitas penggemar (Y), kualitas produk (X2) dengan minat beli komunitas penggemar (Y) serta *celebrity endorser* (X1) dan kualitas produk (X2) dengan minat beli komunitas penggemar. Selanjutnya akan dijabarkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 33

Tabulasi Silang *Celebrity Endorser* (X1) dengan Minat Beli (Y)

Celebrity_Endorse * Minat_Beli Crosstabulation

		Minat_Beli					Total
		Cukup Tinggi	Rendah	sangat Rendah	Sangat Tinggi	Tinggi	
Celebrity_Endorse	Count	10	2	0	3	6	22
	Berpengaruh						
	% within Celebrity_Endorse	45.5%	9.1%	0.0%	13.6%	27.3%	100.0%
	Count	1	0	0	0	2	3
	Cukup						
	% within Celebrity_Endorse	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	100.0%
	Berpengaruh						
	Count	17	1	0	17	39	74
	Sangat						
	% within Celebrity_Endorse	23.0%	1.4%	0.0%	23.0%	52.7%	100.0%
	Berpengaruh						
	Count	0	0	1	0	0	1
Tidak							
% within Celebrity_Endorse	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	
Berpengaruh							

Total	Count	28	3	1	20	47	100
	% within	28.0%	3.0%	1.0%	20.0%	47.0%	100.0
	Celebrity_Endorse						%

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Hasil paling besar terdapat pada *cell celebrity endorser* yang sangat berpengaruh dan minat beli yang tinggi, yaitu sebanyak 39 pilihan dari responden atau 52,7% . Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 39 dari 100 orang responden menilai *celebrity endorser* EXO yang digunakan oleh *Nature Republic* untuk produk mereka memang menimbulkan minat fandom yang sangat tinggi bagi fandom yang ingin memiliki produk dengan *celebrity endorser* dari EXO

Sementara itu, pilihan terbanyak dari hasil persilangan antara variabel X1 dengan Y pada penelitian ini terdapat pada *cell celebrity endorser* yang sangat berpengaruh dan minat beli yang sangat tinggi. Terbukti dari 17 atau sebanyak 23,0% respnden yang masuk dalam penilaian kategori ini. Dari hasil tersebut berarti memang penggunaan *celebrity endorser* yang dipilih *Nature Republic* ini menimbulkan minat fandom yang sangat tinggi untuk memiliki produk mereka.

Kemudian, pilihan terbanyak ketiga dari hasil persilangan antara *cell celebrity endorser* sangat berpengaruh dan minat beli yang cukup tinggi. Hasil yang didapatkan jumlahnya sama dengan pilihan terbanyak kedua yang dimana menunjukkan angka sebesar 17 orang atau 23,0%

Tabel 34

Tabulasi Silang Kualitas Produk (X2) dengan Minat Beli (Y)

Kualitas_Produk * Minat_Beli Crosstabulation

		Minat_Beli					Total
		Cukup Tinggi	Rendah	sangat Rendah	Sangat Tinggi	Tinggi	
Kualitas_Pro duk	Count	21	1	0	4	16	43
	% within Kualitas_Produk	48.8%	2.3%	0.0%	9.3%	37.2%	100.0
	Count	1	1	1	0	0	3

	Cukup	% within	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	100.0
	Baik	Kualitas_Produk						%
		Count	6	1	0	16	31	54
	Sangat	% within	11.1%	1.9%	0.0%	29.6%	57.4%	100.0
	Baik	Kualitas_Produk						%
		Count	28	3	1	20	47	100
Total		% within	28.0%	3.0%	1.0%	20.0%	47.0%	100.0
		Kualitas_Produk						%

Sumber: Data yang diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui persilangan antara variabel kualitas produk *Nature Republic* dengan minat beli komunitas penggemar atau fandom *boygroup* EXO. Jumlah paling besar dapat dilihat pada *cell* kualitas produk yang sangat baik dan minat beli yang tinggi, yaitu 31 orang atau 57,4% dari keseluruhan. Hal ini berarti sebanyak 31 orang yang berpendapat kualitas produk *Nature Republic* sangat baik sehingga menimbulkan minat beli yang tinggi.

Sementara itu, jumlah terbesar ke dua adalah pada *cell* kualitas produk yang baik dan minat beli yang cukup tinggi, yaitu 21 orang atau 48.8% responden. Hal ini berarti dari 43 orang yang menilai kualitas produk *Nature Republic* baik, terdapat 21 orang (50%) yang memiliki minat yang cukup tinggi dalam minat membeli mereka.

Tabel 35

Tabulasi Silang *Celebrity Endorser* (X1) dan Kualitas Produk (X2) dengan Minat Beli (Y)

Celebrity_Endorse * Kualitas_Produk * Minat_Beli Crosstabulation

Minat_Beli			Kualitas_Produk			Total
			Baik	Cukup Baik	Sangat Baik	
Cukup Tinggi	Berpengaruh	Count	8	0	2	10
		% within Celebrity_Endorse	80.0%	0.0%	20.0%	100.0%
	Cukup Berpengaruh	Count	0	1	0	1
		% within Celebrity_Endorse	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%

		Count	13	0	4	17
	Sangat Berpengaruh	% within	76.5%	0.0%	23.5%	100.0%
	Celebrity_Endorse					
	Total	Count	21	1	6	28
		% within	75.0%	3.6%	21.4%	100.0%
	Celebrity_Endorse					
	Berpengaruh	Count	1	0	1	2
		% within	50.0%	0.0%	50.0%	100.0%
	Celebrity_Endorse					
Rendah		Count	0	1	0	1
	Sangat Berpengaruh	% within	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
	Celebrity_Endorse					
	Total	Count	1	1	1	3
		% within	33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
	Celebrity_Endorse					
	Berpengaruh	Count	1			1
		% within	100.0%			100.0%
	Celebrity_Endorse					
Sangat Rendah		Count	1			1
	Total	% within	100.0%			100.0%
	Celebrity_Endorse					
	Berpengaruh	Count	2		1	3
		% within	66.7%		33.3%	100.0%
	Celebrity_Endorse					
	Total	Count	2		15	17
	Sangat Berpengaruh	% within	11.8%		88.2%	100.0%
	Celebrity_Endorse					
Sangat Tinggi		Count	4		16	20
	Total	% within	20.0%		80.0%	100.0%
	Celebrity_Endorse					
	Berpengaruh	Count	3		3	6
		% within	50.0%		50.0%	100.0%
	Celebrity_Endorse					
	Total	Count	1		1	2
	Cukup Berpengaruh	% within	50.0%		50.0%	100.0%
	Celebrity_Endorse					
Tinggi		Count	12		27	39
	Sangat Berpengaruh	% within	30.8%		69.2%	100.0%
	Celebrity_Endorse					

		Count	16		31	47
	Total	% within Celebrity_Endorse	34.0%		66.0%	100.0%
		Count	43	3	54	100
Total	Total	% within Celebrity_Endorse	43.0%	3.0%	54.0%	100.0%

Sumber: Data yang diolah 2019

Tabel diatas, merupakan pembahasan mengenai data hasil persilangan seluruh variabel yaitu *celebrity endorser* dan kualitas produk secara bersamaan terhadap minat beli kelompok penggemar atau fandom. Disini akan dijelaskan hasil terbesar penjumlahan dari hasil keseluruhan. Pada hasil terbesar pertama pertama dapat dilihat pada *cell celebrity endorser* yang sangat berpengaruh dengan kualitas produk baik dan minat beli yang cukup tinggi yaitu sebanyak 13 orang (76,5%). Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa penilaian dari responden EXO sebagai *celebrity endorser* sangat berpengaruh serta kualitas produk yang memang baik hingga menimbulkan minat beli dari fandom yang cukup tinggi.

Selain itu, terdapat sebanyak 27 (69,2 %) orang masuk dalam kategori *celebrity endorser* yang sangat berpengaruh dengan kualitas produk yang dinilai sangat baik hingga menimbulkan minat beli yang tinggi dari fandom untuk memiliki produk *Nature Republic*. Pada hasil terbesar lainnya yang ada dalam data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat 12 orang (30,8 %) yang masuk dalam kategori *celebrity endorser* yang sangat berpengaruh, kualitas produk yang baik dan minat beli yang termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan penjelasan diatas telah kita lihat bagaimana hubungan dari persilangan hasil temuan yang didapatkan dalam penelitian ini. Berbagai hasil telah dipaparkan dengan jelas berupa angka dan keterangan, maka dari itu setelah ini akan dibahas hasil dan pembahasan lebih lanjut yang dapat melengkapi penelitian ini.