

## ABSTRAK

### **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* (RAISA ANDRIANA) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK ES KRIM MAGNUM DI BANDAR LAMPUNG**

OLEH

**MIRTANIA RISTIANI**

Penelitian ini bertujuan adalah untuk menguji pengaruh *Celebrity Endorser* (Raisa Andriana) terhadap minat beli konsumen pada produk es krim Magnum di Bandar Lampung. Penelitian ini dilakukan kepada 100 orang responden berjenis kelamin pria dan wanita yang tinggal di Bandar Lampung dan pernah menyaksikan iklan es krim Magnum setidaknya 2 kali.

Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif sebagai alat ukur untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli konsumen. Variabel x dalam penelitian ini yaitu daya tarik, kepercayaan, keahlian dan variabel y yaitu minat beli.

Pengujian kualitatif dilakukan dengan cara mengumpulkan hasil pengisian kuesioner yang di sebarkan kepada responden sejumlah 12 pernyataan mengenai variabel x dan variabel y.

Pengujian kuantitatif dilakukan dengan uji kuantitatif regresi linier berganda yang menentukan seberapa erat hubungan antara variabel x dan variabel y, diantaranya uji determinan ( $R^2$ ), uji f dan uji t dengan tingkat efisiensi 5%.

Hasil dari ketiga uji kuantitatif menunjukkan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci : *celebrity endorser*, daya tarik, kepercayaan, keahlian minat beli, konsumen, iklan.

## **ABSTRACT**

### ***EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER (RAISA ANDRIAN) ON CONSUMER BUYING INTEREST TO PRODUCTS MAGNUM ICE CREAM IN BANDAR LAMPUNG***

**BY**

**MIRTANIA RISTIANI**

*The aim of this study was to test the effect of Celebrity Endorser (Raisa Andriana) on consumer buying interest on Magnum ice cream products in Bandar Lampung. This research was conducted to 100 respondents male and female who lived in Bandar Lampung and had witnessed Magnum ice cream ad at least 2 times.*

*The researcher uses descriptive qualitative and quantitative methods as used to test determines the celebrity endorser influence on consumer buying. The variable  $x$  in this study are attractiveness, trustworthiness, expertise and  $y$  variables that buying interest.*

*Qualitative testing by collecting the results of responses of respondents to fill 12 statement about the variables  $x$  and  $y$  variables.*

*Kuantitatif testing performed by multiple linear regression quantitative test that determines how closely the relationship between the variables  $x$  and  $y$  variables, including test determinant ( $R^2$ ),  $f$  test and  $t$  test with an efficiency rate of 5%. The results of the third quantitative assay showed that the celebrity endorser affect the consumers to buy.*

*Keywords: celebrity endorser, attractiveness, trustworthiness, expertise, interest in buying, consumer, advertising.*