

ABSTRAK

Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Citra Merek Terhadap Minat Beli pada Produk Kosmetik Maybelline

Ai Sonia Mardola ¹⁾, Yohanes Totok Suyoto ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dan citra merek terhadap minat beli produk kosmetik *Maybelline*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 135 responden di Tangerang Selatan. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan *metode judgement sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial dan simultan terbukti bahwa *celebrity endorser* dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,667 yang berarti semua variabel independen dapat menjelaskan sebesar 66,7% terhadap variabel dependen. Sementara sisanya 33,3% dapat dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak diuji dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Celebrity Endorser, Citra Merek dan Minat Beli.*

Pustaka : 28

Tahun Publikasi : 1985 - 2021