

Abstrak

Pengaruh Selebritis Iklan terhadap Minat beli Konsumen (Studi Kasus Terhadap Produk Shampo “Sunsilk-Clean & Fresh” di Kec. Depok, Sleman, Yogyakarta) (Diaz Ilianti Azis YR)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen (dalam hal ini terdiri dari daya tarik selebritis, keahlian selebritis, kepercayaan terhadap selebritis dan kepercayaan terhadap iklan) terhadap variabel dependen (minat beli konsumen). Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh selebritis iklan yang dalam hal ini, menggunakan Inneke Koesharawaty pada iklan produk shampo “Sunsilk-Clean & fresh”. Uji pengaruh tersebut dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Penelitian ini mengambil 100 orang responden yang terdiri dari para wanita berjilbab minimal berusia 17 tahun yang berdomisili di Kec. Depok, Sleman, Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan teknik *non probability sampling tipe purposive sampling*.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel independent (dalam hal ini terdiri atas daya tarik selebriti, keahlian selebriti, kepercayaan terhadap selebriti dan kepercayaan terhadap iklan) secara bersama-sama maupun secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (minat beli konsumen). Hal ini ditunjukkan dengan nilai $\text{sig} < \alpha$ (0,05). Selain itu nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan 0,787 hal ini berarti 78,8% variabel minat beli konsumen dipengaruhi oleh daya tarik selebriti, keahlian selebriti, kepercayaan terhadap selebriti dan kepercayaan terhadap iklan.

Kata Kunci : daya tarik selebriti, keahlian selebriti, kepercayaan terhadap selebriti, kepercayaan terhadap iklan dan minat beli konsumen.