

## Abstrak

### ANALISIS PENGARUH *ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

(Studi pada Iklan Sepeda Motor Yamaha Jupiter  
di Kecamatan Tegalrejo Yogyakarta)

(Helmy Nirmaningsih)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *endorser* terhadap minat beli konsumen. Unsur-unsur *endorser* yang diteliti meliputi daya tarik *endorser* ( $X_1$ ), keahlian *endorser* ( $X_2$ ), dan kepercayaan *endorser* ( $X_3$ ). Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui diantara variabel independen yang diteliti, variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Jupiter.

Penelitian ini menguji tiga hipotesis sebagai berikut H1: Diduga, daya tarik *endorser* ( $X_1$ ), keahlian *endorser* ( $X_2$ ), dan kepercayaan *endorser* ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. H2: variabel daya tarik *endorser* ( $X_1$ ), keahlian *endorser* ( $X_2$ ), dan kepercayaan *endorser* ( $X_3$ ) secara parsial/sendiri-sendiri berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen H3: Diduga variabel kepercayaan *endorser* yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap produk sepeda motor Yamaha Jupiter. Hipotesis 1 akan diuji dengan uji regresi linier berganda (uji F), hipotesis 2 dengan uji statistik t, dan hipotesis 3 dengan cara melihat masing-masing nilai koefisien regresi.

Penelitian ini mengambil 100 orang masyarakat Kec. Tegalrejo Yogyakarta sebagai responden penelitian. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner tipe tertutup. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan tipe *purposive sampling*.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara bersama-sama maupun secara parsial variabel daya tarik *endorser* ( $X_1$ ), keahlian *endorser* ( $X_2$ ), dan kepercayaan *endorser* ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen atas produk sepeda motor Yamaha Jupiter. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap *endorser* merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci: Daya tarik *endorser*, keahlian *endorser*, kepercayaan *endorser* dan minat beli konsumen.