

ABSTRAK

Minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu celebrity endorser dan brand image, promosi melalui media periklanan dengan didukung oleh celebrity endorser diharapkan mampu memunculkan ketertarikan pada konsumen. Demikian pula dengan brand image merupakan hal yang penting untuk menarik minat beli konsumen. Dalam penelitian ini, terdapat ketidak sesuaian dengan harapan konsumen terkait celebrity endorser yang digunakan dan brand image dari suatu produk dengan kenyataan bahwa celebrity endorser tidak dapat diandalkan dalam menyampaikan pesan dalam iklan dan tampilan bintang iklan yang tidak menarik membuat konsumen tidak tertarik membeli juga brand image memiliki reputasi kurang baik dimata konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap minat beli konsumen kosmetik Implora di toko kosmetik wilayah Pangalengan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik, regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan instrumen kuesioner dengan jumlah 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa celebrity endorser dan brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara parsial maupun simultan. Kesimpulan hasil analisis menggambarkan celebrity endorser dan brand image dalam kategori baik dan minat beli dalam kategori cukup baik. Sedangkan analisis verifikatif menunjukan minat beli konsumen dipengaruhi oleh celebrity endorser dan brand image.

Kata kunci : *Celebrity Endorser, Brand Image* dan Minat Beli

ABSTRACT

Consumer buying interest can be influenced by several factors including celebrity endorser and brand image, promotion through advertising media supported by celebrity endorser is expected to generate interest in consumers. Likewise, brand image is important to attract consumer buying interest. In this study, there is a discrepancy with consumer expectations regarding the celebrity endorser used and the brand image of a product with the fact that celebrity endorsers are not reliable in conveying messages in advertisements and the appearance of unattractive advertising stars makes consumers not interested in buying also brand image has bad reputation in the eyes of consumers. This study aims to analyze and describe the influence of celebrity endorser and brand image on consumer buying interest in Implora cosmetics at a cosmetic store in the Pangalengan area. The analytical method used in this research is descriptive and verification with a quantitative approach. Data analysis techniques used are classical assumption test, multiple linear regression, correlation coefficient analysis, coefficient of determination and hypothesis testing. Data collection techniques using a questionnaire instrument with a total of 100 respondents. Based on the research results show that celebrity endorser and brand image have a positive and significant effect on buying interest partially or simultaneously. The conclusion of the analysis describes the celebrity endorser and brand image in the good category and buying interest in the fairly good category. While the verification analysis shows that consumer buying interest is influenced by celebrity endorsers and brand image.

Keywords : Celebrity Endorser, Brand Image and Buying Interest