

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER (INNEKE KOESHERAWATI)
TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK WARDAH (SURVEI PENGGUNA
KOSMETIK WARDAH DI SEMARANG)**

AYU DEWI RATNA SARI

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201102303@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan dunia industri, membutuhkan metode baru untuk menarik minat beli masyarakat agar penjualan meningkat. Banyak cara yang dilakukan oleh perusahaan guna menarik minat beli. Contohnya dengan menggunakan celebrity endorser yang handal agar masyarakat lebih mengenal produk. Penelitian ini mengidentifikasi pengaruh celebrity endorser (Inneke Koesharawati) terhadap minat beli kosmetik Wardah (survey pengguna kosmetik Wardah di Semarang).

Jumlah responden dalam penelitian kali ini 100 orang. Data yang terkumpul dianalisa menggunakan analisis regresi linear berganda, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi R². Dari hasil penelitian yang dapat diambil adalah, adanya pengaruh positif dan signifikan variabel daya pikat dan keahlian terhadap minat beli kosmetik Wardah dan juga variabel keahlian, tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli kosmetik Wardah.

Kata Kunci : celebrity endorser, Kosmetik Wardah dan Minat Beli.

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER (INNEKE
KOESHERAWATI) ON BUYING INTEREST OF COSMETICS WARDAH
(SURVEY WARDAH COSMETICS USERS IN SEMARANG)**

AYU DEWI RATNA SARI

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201102303@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The development of industry, need new method to attract buying interest community to increase sales. Many ways in which the company to attract buying interest. For example, by using celebrity endorser reliable so that people know more about the product. This study identifies the influence of celebrity endorser (Inneke Koeshrawati) on buying interest of Wardah cosmetics (survey Wardah cosmetic users in Semarang). The number of respondents in this study of 100 people. The data were analyzed using multiple linear regression, normality test, heterocedacity, multicollinearity test, validity, reliability, hypothesis testing and test the coefficient of determination R². From the research that can be taken is, the existence of a positive and significant influence variables and expertise on buying interest Wardah cosmetic and expertise variables, no significant effect on buying interest of Wardah cosmetics.

Keyword : celebrity endorser, Wardah Cosmetics, and buying interest.