

## ABSTRAK

Nama / Nim : Amalia / 2014 – 52 – 143  
Judul : Hubungan Karakteristik Celebrity Endorser Produk Ovale Micellar Water terhadap Minat Beli Followers Instagram @Ovalebeautyid  
Jumlah Halaman : vii, 96 halaman, 28 tabel, 3 bagan, 3 lampiran  
Kata Kunci : Celebrity Endorser, Minat Beli, Ovale Micellar Water  
Daftar Pustaka : 13 Judul Buku (2005 – 2013), 2 Undang-undang, 5 Website

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik *celebrity endorser* produk Ovale Micellar Water terhadap minat beli followers Instagram @Ovalebeautyid. Untuk menjawab tujuan tersebut maka penulis menggunakan survey sebagai metode penelitian. Sesuai dengan masalah penelitian dari dua variable yang dihubungkan maka tujuan penelitian ini adalah deskriptif korelasional.

Dari permasalahan tersebut dapat kita tahu responden menyatakan bahwa karakteristik dari *celebrity endorser* adalah baik dengan presentasi sebesar (66%). Hal ini senada dengan hasil dari minat beli followers, dimana sebagian besar (58%) responden menyatakan memiliki minat beli yang tinggi. Hubungan antara variabel X yakni karakteristik *celebrity endorser* dengan variabel Y yakni minat beli memiliki hubungan yang tinggi, kuat dengan hasil koefisien korelasi adalah 0,832. Hal ini sesuai dengan korelasi dari Pearson Product Moment. Maka jawaban dari penelitian ini yaitu ada hubungan antara karakteristik *celebrity endorser* terhadap minat beli followers Instagram @Ovalebeautyid.

Meskipun demikian masih terdapat responden yang menyatakan bahwa karakteristik *celebrity endorser* masih kurang baik dan juga terdapat responden yang menyatakan tidak memiliki minat beli yang tinggi. Hal ini bisa dijadikan acuan dan patokan untuk mengembangkan strategi promosi dari produk terbaru dari Ovale yakni Ovale Micellar Water untuk selektif dalam memilih *celebrity endorser* dan juga membuat *digital activation* untuk menciptakan *awareness* produk terbaru tersebut disamping hanya menggunakan *celebrity endorser* saja.