

ABSTRAKSI

YUSFITA NUR AFIDA. “Analisis Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Shampo Sunsilk Dengan Mediasi *Brand Image*”. (dibimbing oleh bapak Hasyim).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *celebrity endorser* terhadap *brand image*, untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap minat beli konsumen pada shampo Sunsilk, dan untuk mengetahui *celebrity endorser* terhadap minat beli konsumen shampo Sunsilk dengan mediasi *brand image*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen wanita yang pernah melihat iklan shampo sunsilk dengan *celebrity endorser* Raisa di wilayah Jakarta Barat. Sampel diambil dengan menggunakan Metode Quota Sampling sebanyak 120 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah *Path Analysis* untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap *brand image*, *brand image* berpengaruh positif terhadap minat beli dan *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada shampo Sunsilk tanpa dengan mediasi *brand image*.

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