

**PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER*
IKO UWAIIS DALAM IKLAN HEAD & SHOULDERS
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)**

Oleh:

Mokhammad Rizqul Hanif
No. Mahasiswa: 12311394

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh keahlian (*expertise*) pada selebriti endorser terhadap sikap pemirsa iklan, (2) pengaruh keterpercayaan (*trustworthiness*) pada selebriti endorser terhadap sikap pemirsa iklan, (3) pengaruh daya tarik (*attractiveness*) pada selebriti endorser terhadap sikap pemirsa iklan, dan (4) pengaruh sikap pemirsa iklan terhadap minat beli konsumen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah setiap orang yang pernah menyaksikan tayangan iklan Shampo Head & Shoulders dan mengenali bintang iklan Iko Uwais dalam iklan tersebut. Peneliti membatasi wilayah penelitian ini di seputar kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dan 96 responden ditentukan sebagai sampel dengan teknik *non probability sampling*. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara keahlian, dapat dipercaya dan daya tarik terhadap sikap pemirsa iklan. Kemudian hasil pengujian dengan regresi sederhana pada persamaan kedua menunjukkan adanya pengaruh positif sikap pemirsa iklan terhadap minat pembelian.

Kata Kunci: kredibilitas selebriti, keahlian (*expertise*), dapat dipercaya (*trustworthiness*), daya tarik (*attractiveness*), sikap pemirsa iklan, minat pembelian