

ABSTRAK

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2021**

Ridzkiana Aliyah Ramadhani

120.2017.228

“Pengaruh Brand Awareness dan Celebrity Endorsment Terhadap Minat Pembelian Produk Golden Viera (Study Kasus Pada *Followers* Instagram @rachelvennya)”

Abstrak

Seiring perkembangan teknologi yang semakin maju, sarana yang digunakan untuk memperkenalkan serta menyebarkan keberadaan suatu produk baik produk yang berupa barang maupun jasa ini semakin mudah. Melalui fakta tersebut, membuktikan bahwa berbagai media sosial seperti Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, dan sebagainya bisa digunakan sebagai saluran yang tepat untuk menjangkau lebih banyak publik dalam mempromosikan suatu produk. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel Brand Awareness (X1) dan variabel Celebrity Endorsement (X2) terhadap variabel minat pembelian (Y). Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data subjek, kuesioner penelitian ini disebar kepada para followers instagram @rachelvennya. Untuk menganalisis hasil kuesioner, penulis menggunakan analisis statistik deskriptif data kuantitatif. Perhitungan penelitian ini menggunakan SPSS versi 25. Populasi penelitian ini yaitu followers instagram @rachelvennya dan respondennya sebesar 100 orang. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Brand Awareness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada produk Golden Viera. (2) Celebrity Endorsment berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Minat Beli produk Golden Viera. (3) Brand Awareness dan Celebrity Endorsment secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Produk Golden Viera. (4) Produk Golden Viera dinilai sudah sesuai syariat islam karena merek merupakan suatu identitas produk agar diakui masyarakat terlebih lagi sudah memiliki logo halal pada kemasannya. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan faktor lain pada Minat Beli terhadap Produk Golden Viera seperti variabel kualitas produk, citra merek, strategi promosi, dan lainnya. Sebagai Akun yang cukup dikenal masyarakat, diharapkan @rachelvennya bisa lebih menarik minat followersnya terhadap produk yang sedang dipromosikan.

Kata Kunci : Brand Awareness, Celebrity Endorsment, Minat Beli.

ABSTRACT

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2021**

Ridzkiana Aliyah Ramadhani

120.2017.228

“The Influence of Brand Awareness and Celebrity Endorsement on the Interest in Buying Golden Viera Products (Case Study On Instagram Followers @rachelvennya)”

Abstract

Along with the development of increasingly advanced technology, the means used to introduce and disseminate the existence of a product both products in the form of goods and services is easier. Through this fact, proving that various social media such as Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, and so on can be used as the right channel to reach more people in promoting a product. The purpose of this research is to determine the influence of Brand Awareness (X1) and Celebrity Endorsement (X2) variables on purchase interest variables (Y). The type of data in this study uses subject data, this research questionnaire is distributed to instagram followers @rachelvennya. To analyze the results of the questionnaire, the authors used a descriptive statistical analysis of quantitative data. The calculation of this study uses SPSS version 25. The population of this study is instagram followers @rachelvennya and respondents are 100 people. The results of this study showed that: (1) Brand Awareness has a positive and significant effect on Buying Interest in Golden Viera products. (2) Celebrity Endorsment has a positive but insignificant effect on The Purchase Interest of Golden Viera products. (3) Brand Awareness and Celebrity Endorsment simultaneously have a significant effect on the buying interest in Golden Viera Products. (4) Golden Viera products are considered in accordance with Islamic law because the brand is a product identity to be recognized by the public, especially already has a halal logo on the packaging. For further research it is recommended to add other factors to the Buying Interest in Golden Viera Products such as product quality variables, brand image, promotional strategies, and others. As an account that is well known to the public, it is expected that @rachelvennya can attract more interest from followers to the products that are being promoted.

Keywords: Brand Awareness, Celebrity Endorsment, Buy Interests.