

ABSTRAK

SYAHRUL HAZ. 3402210203. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Afdhol Coffee Panumbangan Ciamis). Dibawah bimbingan Elin Herlina, S.Pd., M.M (Pembimbing I) dan Toto, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Afdhol Coffee Panumbangan Ciamis). Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini : 1) Bagaimana *celebrity endorsement* di Afdhol Coffee ?; 2) Bagaimana minat beli konsumen di Afdhol Coffee?; 3) Bagaimana pengaruh *celebrity endorsement* terhadap minat beli konsumen di Afdhol Coffee ?. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Afdhol Coffee Panumbangan Ciamis sebanyak 2485 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling* sehingga jumlah sampel sebanyak 96 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis verifikatif dengan menggunakan analisis koefisien korelasi rank sperman, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien determinasi, dan menggunakan signifikan uji t. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: 1) Penerapan *celebrity endorsement* di Afdhol Coffee Panumbangan Ciamis berada dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa figur publik yang digunakan sebagai *endorser* telah mampu menjalankan perannya secara efektif dalam menyampaikan pesan promosi kepada konsumen. 2) Minat beli konsumen di Afdhol Coffee Panumbangan Ciamis berada dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki kecenderungan yang kuat untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. 3) Terdapat *celebrity endorsement* terhadap minat beli konsumen Afdhol Coffee Panumbangan Ciamis. Artinya bahwa semakin baik perusahaan menggunakan *celebrity endorsement* maka minat beli Konsumen akan semakin baik.

Kata Kunci* : *Celebrity Endorsement, Minat Beli Konsumen.