

ABSTRACT

This study aims to determine and explain: The Effect of Brand Image on Buying Interest and Celebrity Endorser on Buying Interest of Scarlett Whitening Products in Economics Faculty UNIMUS Students.

The population in this study consisted of 1,080 study programs in Management and 572 in Accounting. The data used in this study were primary data. The technique used for sampling in this study is saturated sampling. The sample in this study were 96 respondents from UNIMUS Faculty of Economics students who bought Scarlett Whitening products and then analyzed the data quantitatively. This study uses multiple linear regression analysis.

The results of the multiple linear regression equation are $Y = 2609.551 + 0.304X_1 + 0.773X_2 + e$. The results of the t-test of Brand Image (X_1) are $2.436 > 1.660$ sig $0.013 < 0.05$. Celebrity Endorser (X_2) is $7.061 > 1.660$ sig $0.00 < 0.05$. it can be concluded that all variables partially have a positive and significant effect on Purchase Interest. $F_{count} > F_{table}$ ($74.525 > 3.09$) and probability value $<$ significant value ($0.000 < 0.05$). Then the independent variables together have a positive and significant effect on Buying Interest. The value of R-Square in the table can be seen as 0.608, which means that 60.8% of the dependent variable, namely buying interest can be explained through independent variables consisting of Brand Image and Celebrity Endorser. While the remaining 39.2% can be explained outside the research model.

Keywords: *Brand Image, Celebrity Endorser, Buying Interest*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan: Pengaruh *Brand Image* terhadap Minat Beli dan *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNIMUS.

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari prodi Manajemen sebanyak 1.080 dan Akuntansi sebanyak 572. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNIMUS yang membeli produk Scarlett Whitening dan kemudian dilakukan analisis terhadap data secara kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 2609.551 + 0.304X_1 + 0.773X_2 + e$. Hasil uji t dari *Brand Image* (X_1) yaitu $2.436 > 1.660$ sig $0.013 < 0.05$. *Celebrity Endorser* (X_2) yaitu $7.061 > 1.660$ sig $0.00 < 0.05$. maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($74.525 > 3.09$) dan nilai probabilitas $<$ nilai signifikan ($0.000 < 0.05$). Maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Nilai R Square pada tabel dapat diketahui 0.608 yang berarti bahwa 60,8% variabel dependen yaitu Minat beli dapat dijelaskan melalui Variabel independen yang terdiri dari *Brand Image* dan *Celebrity Endorser*. Sedangkan sisanya sebanyak 39,2% dapat dijelaskan diluar model penelitian.

Kata Kunci: *Brand Image, Celebrity Endorser, Minat Beli*