

## ABSTRAK

### PENGARUH ARTIS ENDORSER TERHADAP MINAT MEMBELI SHAMPOO REJOICE DI LINGKUNGAN SMA MUHAMADIYAH II YOGYAKARTA

Indah Budi Mayang Sari  
13072105

Masing-masing produk shampoo bersaing untuk berebut pasar. Oleh karena itu, perlu berbagai upaya untuk mempengaruhi minat membeli konsumen. Usaha untuk membujuk dan mempengaruhi minat beli konsumen dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya dengan menjalin komunikasi dengan pasar secara intensif melalui iklan. Sikap konsumen yang positif terhadap suatu produk diharapkan dapat menumbuhkan minat membeli yang tinggi terhadap produk tersebut. Oleh karena itu, pemasar dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam menampilkan iklan agar dapat menarik perhatian konsumen dan dapat membawa minat dari konsumen untuk membeli. Salah satu cara yang dapat digunakan agar *audience* mau memperhatikan atau memproses pesan iklan adalah dengan menggunakan *endorser* atau model iklan yang menarik. Strategi periklanan melalui artis endorser juga dilakukan oleh produsen Rejoice. Demi meningkatkan minat masyarakat untuk membeli produk tersebut, maka produsen Rejoice juga menayangkan iklan shampoo tersebut dengan menampilkan artis ternama yakni Citra Kirana. Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah artis *endorser* berpengaruh terhadap minat membeli shampoo Rejoice di lingkungan SMA Muhammadiyah II Yogyakarta?”. Penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Metode pengumpulan data menggunakan angket. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa artis *endorser* berpengaruh terhadap minat membeli shampoo Rejoice di lingkungan SMA Muhammadiyah II Yogyakarta. Walaupun hasil dari pengolahan data memberikan angka yang tidak begitu besar yaitu hanya 17,3% tapi peneliti yakin bahwa iklan shampoo Rejoice tetap berpengaruh terhadap minat membeli responden. Hanya saja persentase yang lebih besar pasti dipengaruhi oleh faktor lain seperti, kemasan atau formula yang dipakai dalam shampoo Rejoice tersebut yang mempengaruhi responden untuk membeli shampoo Rejoice.

Kata kunci: artis *endorser*, minat membeli.

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF ENDORSER ARTISTS ON INTEREST IN BUYING A REJOICE SHAMPOO IN THE ENVIRONMENT OF MUHAMADIYAH II HIGH SCHOOL, YOGYAKARTA**

**Indah Budi Mayang Sari  
13072105**

Each shampoo product competes to fight the market. Therefore, various efforts need to be made to influence consumer buying interest. Efforts to persuade and influence consumer buying interest can be done in various ways, including by communicating intensively with the market through advertising. Positive consumer attitudes towards a product are expected to foster a high interest in buying the product. Therefore, marketers are required to be creative and innovative in displaying advertisements in order to attract consumers' attention and can bring interest from consumers to buy. One way that can be used so that the audience wants to pay attention or process advertising messages is to use an endorser or an attractive advertising model. The strategy of advertising through artist endorsers is also carried out by the manufacturer Rejoice. In order to increase public interest in buying these products, the producer of Rejoice also aired the advertisement for shampoo by presenting famous artist Citra Kirana. Based on the description, the formulation of the problem in this study was "Does the artist endorser influence the interest in buying Sampoo Rejoice in the Muhammadiyah II High School Yogyakarta?" Research was a quantitative study with a survey approach. The method of data collection used a questionnaire. Data analysis was done by simple linear regression method. The results showed that the artist's endorser had an effect on the interest in buying Sampjoo Rejoice in the Muhammadiyah II High School in Yogyakarta. Although the results of processing the data provided a not so large number of only 17.3% but researchers believe that shampoo rejoice ads still influence the interest in buying respondents. It's just that a larger percentage will be influenced by other factors such as packaging or the formula used in the rejoice shampoo that affects respondents to buy shampoo rejoice.

Keywords: endorser artist, buying interest.