

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* SUHAY SALIM  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *PIXY MAKE IT GLOW***

(Survei Pada Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Yang Telah Menyaksikan  
Video “*PIXY MAKE IT GLOW Tutorial+Review*” Pada *Channel YouTube* Suhay  
Salim)

**Alyssa Nanda Lestari**

**8223165040**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat  
Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019**

***THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER SUHAY SALIM ON BUYING INTEREST PRODUCT PIXY MAKE IT GLOW***

*(Survey on students at Universitas Negeri Jakarta who had watched the “Pixy Make It Glow Tutorial+Review” video on Suhay Salim’s YouTube Channel)*

**Alyssa Nanda Lestari**

**8223165040**



*This Scientific Paper arranged to meet one of the requirements to get the tittle of the Expert Associate of Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta*

***STUDY PROGRAM OF DIII MARKETING MANAGEMENT***

***FACULTY OF ECONOMIC***

***UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

***2019***

## ABSTRAK

Alyssa Nanda Lestari, 2019, 8223165040, judul karya ilmiah “Pengaruh *Celebrity Endorser* Suhay Salim Terhadap Minat Beli Produk *Pixy Make It Glow* (Survei Pada Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Yang Telah Menyaksikan Video “*PIXY MAKE IT GLOW Tutorial+Review*” Pada *Channel YouTube Suhay Salim*)”. Program Studi Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *Celebrity Endorser* Suhay Salim terhadap Minat Beli produk *Pixy Make It Glow*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang telah menyaksikan video “*Pixy Make It Glow Tutorial+Review*” pada *Channel YouTube* Suhay Salim. Dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*. Metode pengolahan data menggunakan metode Analisis Regresi Linear Sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel *Celebrity Endorser* berpengaruh terhadap Minat Beli. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *R square* sebesar 0,211 (21,1%), sedangkan sisanya 78,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dalam penelitian ini diketahui bahwa *Celebrity Endorser* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Dengan demikian, hasil penelitian ini relevan dan pada saat yang sama mendukung teori minat beli.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Minat Beli, dan Analisis Regresi Linear Sederhana.

## **ABSTRACT**

*Alyssa Nanda Lestari, 2019, 8223165040, title of research “The Influence Of Celebrity Endorser Suhay Salim On Buying Interest Prpduct Pixy Make It Glow (Survey on students at Universitas Negeri Jakarta who had watched the “Pixy Make It Glow Tutorial+Review” video on Suhay Salim’s YouTube Channel)” Marketing Management Study Program. Faculty Of Economic. Universitas Negeri Jakarta.*

*This research aims to analyze the influence of Celebrity Endorser Suhay Salim on Buying Interest Product Pixy Make It Glow. The data used in tis study are primary dana collected from quetionnaires distributed to 100 respondents who had watched the “Pixy Make It Glow Tutorial+ Review” video on Suhay Salim’s YouTube Channel. This research use non-propability sampling and linear regression analysis in culvating data. From the result of this research, known that Celebrity Endorser Suhay Salim influence to buying interest. This indicated by the R square value is 0,211 (21,1%). while the remaining 78,9% is influenced by other factors. Ini this research note that Celebrity Endorser have positve and significant influence to buying interest. Therefor, the results of this research are relevant and at the same time support theory of buying interest.*

*Keywords: Celebrity Endorser, Buying Interest, Linier Regression Analipsis*

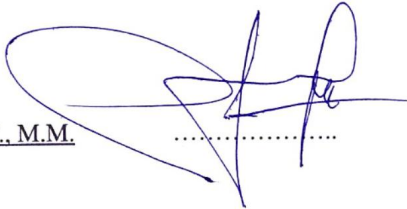


## LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus  
NIP. 196712071992031001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Sidang		
<u>Agung Kresnamurti R P, S.T., M.M.</u> NIP. 197404162006041001		12/08/2019
Penguji Ahli		
<u>Shandy Aditya, BIB., M.PBS.</u> NIP. 198404082019031003		12/08/2019
Dosen Pembimbing		
<u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.</u> NIP. 19720125200212002		12/08/2019

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 20 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Alyssa Nanda Lestari  
NIM. 8223165040

## KATA PENGANTAR

Dengan memohon ridho dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini. Terima kasih kepada kedua orang tua penulis yang telah memberikan doa serta dukungan kepada penulis selama penyusunan Karya Ilmiah. Karya Ilmiah merupakan salah satu syarat kelulusan yang wajib ditempuh oleh seluruh mahasiswa/i Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dengan diselesaikannya Karya Ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan oleh banyak pihak yang telah memberikan masukan – masukan kepada penulis. Untuk itu Penulis ingin berterima kasih kepada :

1. M. Edo Suryawan Siregar S.E., M.BA, sebagai dosen pembimbing yang telah senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada Penulis serta meluangkan waktunya untuk audiensi.
2. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Seluruh responden yang telah berkenan untuk mengisi kuesioner dan menjawab seluruh pertanyaan dengan baik.

5. Teman-teman Manajemen Pemasaran B angkatan 2016 yang telah berbagi pengalaman, informasi, dan dukungan kepada penulis selama proses penulisan Karya Ilmiah.
6. Semua pihak yang terkait dalam penyusunan Karya Ilmiah yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih atas kebaikan yang telah di berikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Karya Ilmiah ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun dalam teknik penyajiannya, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca Karya Ilmiah ini.

Bekasi, 15 Februari 2019

Penulis