

Adillah Azzah Fadiah, 10221043

**PENGARUH DUKUNGAN SELEBRITI (*CELEBRITY ENDORSEMENT*)  
DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK AVOSKIN DI  
JAKARTA**

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma,  
2024.

## **ABSTRAK**

Sebagian besar wanita berfokus pada kecantikan sebagai kebutuhan sehari-hari, dan mereka selalu berusaha untuk tampil cantik dan menarik. Meningkatnya kesadaran wanita akan kecantikan mendorong perawatan wajah menggunakan skincare. Tujuan penelitian ini adalah penulis menganalisis pengaruh dukungan selebriti (*celebrity endorsement*) dan citra merek terhadap minat beli produk Avoskin di Jakarta.

Data dianalisis dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Realiabilitas, Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Multikolinearitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji f, Uji t dan Koefisien Determinasi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 orang responden yang menggunakan produk Avoskin. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah data primer kualitatif yang diubah menjadi data kuantitatif. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, reliabilitas diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :  $Y = 1,932 + 0,244 + 0,699 X_2$ . Pengolahan data yang didapat kemudian diolah dengan menggunakan software statistik IBM SPSS Versi 23.

Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa secara parsial variabel dukungan selebriti (*celebrity endorsement*) dan citra merek berpengaruh terhadap minat beli. Selain itu, secara simultan variabel dukungan selebriti (*celebrity endorsement*) dan citra merek berpengaruh terhadap minat beli produk Avoskin di Jakarta.

Kata Kunci : *Dukungan Selebriti (Celebrity Endorsement), Citra Merek, Minat Beli, Produk Avoskin.*

(xii + 52 + lampiran)

Daftar Pustaka (2021-2023)