

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH CELEBRITY BRAND ENDORSEMENT TERHADAP MINAT
BELI HANDPHONE IPHONE
(Survei Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Gorontalo)**

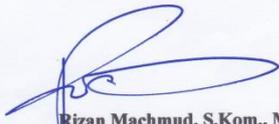
Oleh

**INDAH RAHAYU DAMANIK
NIM. 931 413 165**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I

Pembimbing II


Rizan Machmud, S.Kom., M.Si
NIP. 19830716 200912 1 006


Andi Juanna, S.Pd., M.Sc
NIP. 19841126 201012 1 004

**Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen**


Hais Dama, SE., M.Si
NIP. 19730305 200212 1 003

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH CELEBRITY BRAND ENDORSEMENT TERHADAP
MINAT BELI HANDPHONE IPHONE
(Survei Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Gorontalo)

Oleh

INDAH RAHAYU DAMANIK
NIM.931413165

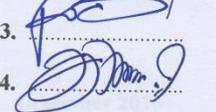
Telah dipertahankan didepan penguji :

Hari/Tanggal : Kamis, 12 Januari 2017

Waktu : 10.00 – 12.00

PENGUJI

1. Raflin Hineo, S.Pd., M. Si
2. Zulfia K. Abdussamad, SE., M. Si
3. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
4. Andi Juanna, S. Pd., M. Sc

1. 
2. 
3. 
4. 

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Hanzah Yunus, M.Pd
NIP. 19600223 198603 1 004

PENGARUH CELEBRITY BRAND ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA

(Survei Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
negeri Gorontalo)

INDAH RAHAYU DAMANIK

ABSTRAK

Indah Rahayu Damanik. NIM. 931 413 165. Pengaruh *Celebrity Brand Endorsement* terhadap minat beli mahasiswa pada handphone iphone (survei pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). Dibawah bimbingan Rizan Machmud, S.Kom, M.Si dan Andi Juanna, S.Pd., M.Sc. Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Celebrity Brand Endorsement* terhadap minat beli mahasiswa pada handphone iphone. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dengan mengambil sampel sebanyak 60 orang responden.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan persamaan $\hat{Y} = 29.792 + 0.313X$ yang telah teruji keberartiannya pada tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,5\%$ (0,05). Hal ini menunjukkan nilai konstan sebesar 29.792 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel *Celebrity Brand Endorsement* (X) maka nilai variabel Minat Beli (Y) sebesar 29,792 dan nilai koefisien regresi sebesar 0.313 dengan anggapan variabel bebas lain besarnya konstan. Dari hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai *t hitung* sebesar 4.507 sedangkan nilai *t tabel* pada $\alpha = 0.05$ yakni sebesar 2.001 jadi $4.507 > 2.001$ atau dengan kata lain $t hitung > t tabel$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat hubungan antara celebrity brand endorsement terhadap minat beli mahasiswa pada smartphone iphone. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Celebrity Brand Endorsement* memiliki pengaruh sebesar 25.9% dan sisanya sebesar 74.1% yang dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas produk (fitur ,desain, kemasan), brand (merek), harga, promosi, dan faktor internal konsumen seperti psikologi dan gaya hidup.

Kata kunci : Celebrity Endorsement, Minat Beli