



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**MARKETING COMMUNICATION AND  
ADVERTISING**

**PENGARUH PENGGUNAAN ENDORSER SELEBRITIS KRYSTAL  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN ETUDE HOUSE**

Jumlah halaman : xiii + 104 halaman

Bibliografi : 18 Buku + 5 Jurnal + 4 Internet

**ABSTRAK**

Demam budaya Korea yang sedang melanda Negara Indonesia berdampak pada penggunaan kosmetik asal Korea meningkat, masyarakat berlomba-lomba untuk membeli produk kosmetik dari Korea agar terlihat cantik seperti idolanya. Etude House kosmetik yang digandrungi oleh banyak remaja adalah salah satu perusahaan yang mengalami keuntungan dengan adanya demam Korea, keuntungan tersebut bukan tidak beralasan, karena Etude House menggunakan salah satu artis terkenal yaitu Krystal, sehingga banyak remaja yang tertarik dengan produk ini.

Metode penelitian ini bersifat Kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif korelasional dan menggunakan metode survey dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 49 orang yang sesuai dengan target Etude House. Dalam penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan selebriti endorser Krystal terhadap minat beli produk Etude House.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang didapat bahwa variabel selebriti endorser mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen untuk produk Etude House. Hasil penelitian koefisien determinasi adalah sebesar 54% terhadap minat beli. Sehingga dengan kata lain minat beli ditentukan sebesar 54% dari Selebriti Endorser dan sisanya sebanyak 46% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.