



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Septian wichksono (44309010041)

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER JKT48 PADA IKLAN POCARI SWEAT
TERHADAP MINAT BELI SISWA/I SMA YADIKA 3 CILEDUG**

Bibliografi: 18 Buku (1989-2008)

ABSTRAKSI

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah endorser idol grup jkt48 berpengaruh terhadap minat membeli produk minuman Pocari sweat. Penelitian ini difokuskan di sekolah menengah atas Yadika 3 di ciledug dan siswa/i yang berada disana sebagai objek penelitian. Dengan hasil sample 83 responde dengan hasil kuisisioner yang bersifat valid dan reliable

Endorser adalah seseorang yang mengirim pesan atau mendemonstrasikan produk atau jasa Lima atribut khusus endorser di jelaskan dengan akronim TEARS tersebut: yaitu Trustworthiness (dapatdipercaya), Expertice (keahlian) dan Attractiveness (daya tarik fisik), Serta *Respect* (kualitas dihargai), Similarity (kesamaan dengan audience yang dituju).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif. lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif yang kokoh. metode penelitian yang akan digunakan adalah dengan menggunakan metode survei kuisisioner

Hasil peneletian didapat bahwa endorser celebrity jkt 48 pada iklan pocari sweat terhadap minat beli sma yadika 3 sangat berpengaruh. Hal ini dibuktikan dengan uji korelasi sebesar antara nilai X dan Y sebesar 0,788. Dari hasil tersebut maka dapat di jelaskan bahwa hubungan pengaruh endorser celebrity pada iklan Pocari Sweat terhadap Minat Beli tergolong Kuat.

kesimpulan diatas untuk mengembangkan minat membeli konsumen, sebaiknya Produsen pocari sweat harus meningkatkan frekuensi penayanaan iklan pocari sweat di televisi agar pengaruh endorser celebrity terhadap konsumen.