**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* (RALINE SHAH) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK *SHAMPOO* PANTENE DI STIE GENTIARAS BANDAR LAMPUNG**

**Brento Sihite**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli konsumen. Objek penelitian ini adalah produk *shampoo* Pantene yang dibintangi oleh artis Raline Shah. Dalam penelitian ini menganalisis permasalahan dan membuktikan hipotesis dengan menggunakan metode observasi dengan pendekatan kuantitatif survey, data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang peneliti peroleh secara langsung dari lapangan.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden dengan kriteria mahasiswa STIE Gentiaras Bandar lampung Angkatan 2015-2018 yang pernah memakai *shampoo* Pantene. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R2) yaitu sebesar 0,679.Berarti bahwa *celebrity* *endorser* berpengaruh sebesar 67,9% terhadap minat beli.

Dari tabel *correlations* hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh bahwa nilai t hitung adalah 7,701 sedangkan t tabel dengan α = 0,5dan (df=30-2=28) adalah 1,701 (t tabel) atau (7,701>1,701), maka Ha yang diajukan diterima dan Ho ditolak artinya dapat ditarik kesimpulan pengaruh *celebrity endorser* (Raline Shah) terhadap minat beli konsumen pada produk *shampoo* Pantene di STIE Gentiaras Bandar Lampung signifikan.

Kata kunci : *celebrity endorser* ,minat beli