

## ABSTRAK

Qudsiyah, B0628126, 2012 Pengaruh *Celebrity Endorser* Laudya Sintia Bella terhadap minat beli Garnier Light Night Crem pada mahasiswa Komunikasi angkatan 2010 Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Minat Beli

Pada era bisnis modern saat ini persaingan usaha sangat kompetitif, adanya persaingan saat ini tidak hanya menimbulkan tantangan, tantangan yang di hadapi oleh perusahaan yang bersaing di antaranya adalah selalu berusaha mendapat cara terbaik untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasar.

Strategi pemasaran menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam suatu usaha, lewat strategi pemasaran dalam hal ini Garnier Light Night Crem mengkomunikasikan produk melalui strategi pemasaran dengan memilih artis Laudya Sintia Bella sebagai *Celebrity Endorser* dengan iklan yang bertema Carger Kulit.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap minat beli Garnier Light Night Crem pada mahasiswa Komunikasi angkatan 2010 Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap minat beli Garnier Light Night Crem pada mahasiswa Komunikasi angkatan 2010 Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan 2 variabel, variabel bebas (X) *Celebrity Endorser* dan satu variabel terikat (Y) yaitu minat beli.

Dalam penelitian ini, data yang di gunakan adalah data primer yang di peroleh dari penyebaran kuisioner sesuai dengan sampel semua mahasiswa komunikasi yang pernah melihat iklan Garnier Light Night Crem serta mahasiswa komunikasi yang telah memakai Garnier sebanyak 30 mahasiswa.

Teknik pengukuran variabel digunakan skala interval dari hasil kausalitas dan di dapatkan hasil bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh 7% terhadap minat beli Grnier Light Night Crem pada mahasiswa komunikasi angkatan 2010 Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Bertitik tolak dari penelitian ini, penelitian iniberapa saran yang di perkirakan dapat di kembangkan lebih lanjut pada penelitian mendatang. Hal-hal yang mungkin dapat di kembangkan tersebut antaia lain pada penelitian selanjutnya dapat di pertimbangkan untuk menambah variabel yang dapat di pengaruhi *Celebrity Endorser seperti variabel tentang kredinilitas*