

## ABSTRAK

*Endorsement* merupakan suatu cara untuk mempromosikan sebuah produk dengan bekerjasama dengan orang yang mewakili banyak *followers* di instagram (*brand endorser*). @sarahayuh\_ merupakan salah satu *endorser* produk *Maybelline* yang dianggap bisa menyelaraskan diri dengan citra produk yang dibawakannya untuk meningkatkan daya beli konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh tingkat daya tarik selebgram sebagai endorser terhadap tingkat minat beli produk *Maybelline* pada followers akun instagram @sarahayuh\_. Metode penelitian ini adalah penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah semua *followers* Akun Instagram @sarahayuh\_ dengan jumlah sampel sebanyak 100 *followers*. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi *product moment* dan analisis regresi linier sederhana. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan tingkat daya tarik selebgram sebagai endorser terhadap tingkat minat beli produk *Maybelline* (Studi pada *Followers* Akun Instagram @sarahayuh\_). Hasil analisis korelasi *product moment*, diperoleh nilai koefisien korelasi 0,752, yang berarti hubungan yang positif dan signifikan daya tarik selebgram (instagram @sarahayuh\_) sebagai endorser dengan minat beli produk *Maybelline*. Berdasarkan analisis regresi didapatkan hasil bahwa minat beli produk *Maybelline* dapat dijelaskan oleh daya tarik selebgram (instagram @sarahayuh\_) sebagai endorser, sebesar 56,6%.

Kata kunci : Daya Tarik, *Selebgram*, *Endorser*, Minat Beli

## ABSTRACT

*Endorsement is a method to promote some product by cooperating with people who had many followers on Instagram (brand endorser). @sarahayuh\_ is one of the Maybelline product endorsers who are considered to be aligning themselves with the image of the product to increase consumer purchasing power. The purpose of this study is to determine the effect of the level of attractiveness of the program as an endorser to the level of interest in purchasing Maybelline products on @sarahayuh\_'s Instagram followers. This research method is survey research. The population in this study are all @sarahayuh\_'s Instagram followers with 100 followers for sample. Data were analyzed with product moment correlation and simple linear regression. Hypothesis in this research is there is positive influence and significant level of appeal as an endorser to buying interest of Maybelline products (Studies on @sarahayuh\_'s Instagram followers). The result of correlation product moment analysis is 0.752, which means positive relationship and significant between the selebgram itself (Instagram @ sarahayuh\_) as an endorser with purchasing interest of Maybelline product. Based on the regression analysis, it shows that the purchasing interest of Maybelline products can be explained by the attractiveness and appeals of the selebgram (Instagram @ sarahayuh\_) as an endorser, which is 56.6%.*

*Key words : Attractiveness, Selebgram, Endorser, Purchasing interest*