

**“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI”**

(Survei Pada Mahasiswa Laki-Laki Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta)

**DEGI WIJAYADIE R.P**  
**NPM : 141100215**

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen  
UPN “Veteran” Yogyakarta  
degiputra@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan *celebrity endorser* dan kualitas produk baik secara parsial atau serentak terhadap minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa laki-laki Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta. Diperkirakan total populasi mahasiswa laki-laki di Fakultas Ekonomi adalah setengah dari total populasi sebesar 2685 yaitu 1343 orang. Dari populasi ini akan ditarik sampel yang digunakan dalam penelitian sebagai responden sebanyak 110 Responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 110. Metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli baik secara parsial ataupun serentak.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan Minat Beli.