

## ABSTRAKSI

Luh Putu Ariestari Pradnyadewi, Nomor Mahasiswa 152120061, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Analisis Pengaruh Kredibilitas Dan Daya Tarik Tyas Mirasih Sebagai *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Konsumen Wanita Pada *Online Shop* Di Instagram (Studi Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik) 2016. Dosen pembimbing I Dr. Susanta, M.Si. Dosen pembimbing II Dr. Lukmono Hadi, M.S

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh kredibilitas dan daya tarik Tyas Mirasih sebagai *Celebrity Endorser* secara simultan terhadap minat beli konsumen wanita pada *online shop* di Instagram. Adakah pengaruh kredibilitas dan daya tarik Tyas Mirasih sebagai *Celebrity Endorser* secara parsial terhadap minat beli konsumen wanita pada *online shop* di Instagram.

Variabel bebas (*independent*) dari penelitian ini adalah Kredibilitas dan Daya Tarik, dan variabel terikat (*dependent*) dari penelitian ini adalah Minat beli. Metode penelitian yang digunakan adalah eksplanatif dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi linear berganda dengan mempertimbangkan uji normalitas dan uji asumsi klasik. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN ‘Veteran’ Yogyakarta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model regresi yang diajukan telah memenuhi syarat berdistribusi normal dan tidak melanggar asumsi klasik (multikolinearita dan heteroskedastisitas). Berdasarkan hasil analisis didapatkan bahwa secara simultan variabel Kredibilitas dan Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Secara parsial variabel Kredibilitas dan Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Saran berdasarkan penelitian ini adalah kredibilitas dan daya tarik merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh para pelaku bisnis sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa seorang endorser atau bintang iklan dalam mengiklankan suatu produk atau jasa karena kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap minat beli konsumen

**Kata Kunci :** *Kredibilitas, Daya Tarik, Tyas Mirasih, Minat Beli*