

ABSTRAK

MaiyuliaNurman (2015/15059141) : Pengaruh Penggunaan Selebgram (Selebriti Instagram) Sebagai *Endorsement* Terhadap Sikap Konsumen dalam membangun Minat beli untuk melakukan pembelian secara Online pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang

Dosen Pembimbing : Yunita Engriani, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh penggunaan selebgram sebagai *endorsement* terhadap minat beli (2) pengaruh sikap konsumen terhadap minat beli. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kausatif. Penelitian ini dilakukan di kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Padang yang memiliki akun instagram. Sampel yang digunakan sebanyak 150 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan program SPSS versi 16. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (2) sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: *Endorsement*, Sikap Konsumen, Minat Beli.