

ABSTRAK

Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* Dan Pesan Iklan Nokia X6 Di Media Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang

Oleh : Faradila Zulda/2012

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* Dan Pesan Iklan Nokia X6 di Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Jenis penelitian ini adalah kausatif, dimana penelitian ini menganalisis pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Padang yang pernah melihat iklan Nokia X6. Sampel penelitian yang diambil berjumlah 130 orang dengan teknik pengambilan secara *Accidental Sampling*. Penentuan ukuran sampel menggunakan pendapat Hair. Jenis data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden, sedangkan data sekunder yaitu data yang terkait dengan objek penelitian yang disajikan oleh pihak lain. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan induktif melalui analisis jalur (*Path Analysis*). Hipotesis diuji dengan uji F dan uji t pada $\alpha = 0,05$.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1)Variabel kredibilitas *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap pesan iklan, (2)Variabel kredibilitas *celebrity endorser* dan pesan iklan Nokia X6 di media televisi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka disarankan kepada pihak Nokia khususnya bagian periklanan untuk dapat memperhatikan pemilihan *celebrity* dalam iklan, agar bisa mendapatkan *celebrity endorser* yang tepat dalam mendukung iklan tersebut. Sedangkan, untuk pemilih dan penggunaan kata-kata pihak periklanan agar lebih memperhatikan pemilihan kata yang sederhana dan kejelasan ungkapan kata dalam iklan. Sehingga iklan mudah dipahami dan masyarakat lebih percaya terhadap iklan yang disampaikan.