

ABSTRAK

Perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini cenderung lebih memilih mengkonsumsi suatu produk minuman yang cepat dan praktis membuat permintaan akan minuman ringan siap saji terus meningkat, termasuk minuman teh siap saji atau RTD Tea. Saat ini telah tersedia berbagai macam merek RTD Tea yang diproduksi dari berbagai macam perusahaan. Salah satu perusahaan yang ikut terjun meramaikan pasar minuman RTD Tea adalah Wings Food dengan meluncurkan produk “Teh Javana”. Dalam menghadapi persaingan di pasar RTD Tea, Wings Food memasarkan produknya dengan menggunakan *celebrity endorser* Maudy Ayunda dalam iklannya yang diharapkan dapat mempengaruhi serta membujuk masyarakat agar berminat untuk membeli produk Teh Javana. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* Maudy Ayunda yang terdiri dari *credibility* (kredibilitas) dan *attractiveness* (daya tarik) terhadap minat Beli produk Teh Javana.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan kausal. Populasi penelitian ini adalah masyarakat di Kota Bandung, teknik pengambilan sampel dilakukan dengan insidental sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t.

Tanggapan responden mengenai *celebrity endorser* Maudy Ayunda memperoleh nilai 74,48% Hal tersebut menunjukkan *celebrity endorser* Maudy Ayunda dalam kategori baik. minat beli produk Teh Javana di Kota Bandung memperoleh nilai 74,76%. Hal tersebut menunjukkan minat beli masyarakat di Kota Bandung pada produk Teh Javana termasuk dalam kategori baik.

Hasil dari penelitian ini adalah *celebrity endorser* Maudy Ayunda yang terdiri dari *credibility* dan *attractiveness* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sebesar 57,7%, sedangkan sisanya 42,3% dipengaruhi oleh faktor variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel *credibility dan attractiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Minat Beli, Regresi Berganda
