

ABSTRAK

Iklan conditioner Pantene yang tayang pada 2 Januari 2022 telah meramaikan dunia periklanan karena jauh berbeda dari iklan Pantene sebelumnya. Seperti diketahui, iklan Pantene identik dengan wanita cantik seperti Maudy Ayunda hingga Anggun C Sasmi. Penggunaan artis menggambarkan produk Pantene yang elegan dan berkelas. Pada iklan kali ini conditioner Pantene menggunakan Keanu sebagai artis dalam iklan produk tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Dengan Celebrity Endorser Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Iklan Di Youtube Produk Conditioner Pantene Di Jakarta).

Pada penelitian ini, jenis pendekatan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variable X nya adalah iklan dan Celebrity Endorser sebagai variabel moderator, serta variable Y pada penelitian ini adalah minat beli. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi yaitu seluruh masyarakat yang pernah melihat iklan conditioner pantene di Jakarta. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk mengetahui besarnya persepsi iklan, minat beli dan *celebrity endorser*. Serta pengujian menggunakan regresi linier sederhana dan *Moderated Regression Analysis*, dimana pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil uji t, variabel iklan memiliki nilai t hitung sebesar 12.968 yang mana lebih besar dari t tabel yaitu 1.984. Nilai koefisien determinasi R Square variabel independent (iklan) dalam penelitian ini sebesar 0.632 atau sebesar 63.2%. Dan hasil uji t yang dihasilkan oleh variabel *celebrity endorser* sebesar 6.813 yang mana lebih besar dari t tabel yaitu 1.984 dengan nilai koefisien determinasi R Square yaitu 0.751 atau sebesar 75.1% yang berarti hadirnya Keanu Agl sebagai *celebrity endorser* dalam iklan conditioner Pantene mempengaruhi minat beli sebesar 75.1%.

Kata Kunci: Iklan, Minat Beli, Celebrity Endorser.