Abstraksi

Saat ini salah satu jenis usaha di Indonesia yang sedang mengalami pertumbuhan cukup pesat adalah industri telekomunikasi. Salah satu perusahaan penyedia layanan telekomunikasi selular di Indonesia adalah PT. Indosat Tbk. Secara umum, jumlah pelanggan PT. Indosat Tbk. selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Bahkan pada tahun 2008 jumlah pelanggan Indosat tumbuh hingga 48,75%. Teguh Prasetya (Group Head VAS Marketing IM3) mengungkapkan bahwa pertumbuhan jumlah pelanggan Indosat yang begitu tinggi didorong oleh pertumbuhan jumlah pelanggan IM3 yang tinggi. Peningkatan jumlah pelanggan IM3 yang demikian pesat tentu merupakan tanda bahwa minat konsumen untuk menggunakan produk IM3 sangat tinggi. Ada beberapa hal yang mempengaruhi minat beli konsumen, diantaranya adalah *brand attitude* (Kotler,1997) serta daya tarik *endorser* (Rennae Daneshvary dan R. Keith Schwer, 2000). Dari penelitian terdahulu diperoleh adanya kesenjangan hasil penelitian terdahulu (*research gap*). Maka dapat disimpulkan bahwa masalah pada penelitian ini adalah adanya fenomena gap berupa peningkatan jumlah pelanggan IM3 yang tinggi serta adanya *research gap*.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda yang dilakukan dengan SPSS 16. Salah satu syarat untuk melakukan uji analisis berganda perlu dilakukan uji asumsi klasik. Hal ini diperlukan agar persamaan regresi yang dihasilkan bersifat BLUE (Best,Linear,Unbiased,Estimator). Selain itu untuk menilai goodness of fit suatu model dilakukan uji koefisien determinasi, uji F, dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Minat Beli IM3 sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat dari nilai indeks persepsi Minat Beli IM3 sebesar 74,95%. Selain itu, diperoleh hasil bahwa Brand Attitude IM3 dan Daya Tarik J-Rocks berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli IM3.

Keywords : Minat Beli, Brand Attitude, Celebrity Endorser, PT Indosat, Tbk.