**ABSTRAK**

Bintang iklan (*celebrity endorser)* berperan sebagai juru bicara merek agar cepat melekat di benak konsumen, sehingga konsumen mau membeli merek tersebut. Selain itu, selebriti juga digunakan sebagai alat yang tepat untuk mewakili segmen pasar yang dibidik. Adidas yang merupakan brand sebuah perusahaan sepatu di jerman memproduksi bukan hanya sepatu namun pakaian serta beragam aksesori pelengkap olahraga yang bernilai seni pada setiap produknya. Pada beberapa iklan dari brand adidas, bintang-bintang muda hollywood seperti Justin Bieber, Pharrell Williams, Selena Gomez, dan Kanye West ditunjuk untuk menjadi *endorser*nya*.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli dengan metode kuantitatif. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif dan kausal dengan menggunakan teknik analisis data regresi sederhana. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa administrasi bisnis kelas A angkatan 2012 dengan jumlah responden sebanyak 43 orang.

*Celebrity endorser* yang digunakan pada adidas mencapai nilai 79.10%. Hal tersebut menunjukkan *celebrity endorser* termasuk dalam kategori baik, minat beli konsumen pada brand adidas mencapai nilai 77.12%. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen memiliki niat yang tinggi untuk membeli sepatu adidas.

Hasil dari penelitian ini adalah *celebrity endorser* terdiri dari *visibility, credibility, attraction, dan power.* Secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen sebesar 81.3% sedangkan sisanya sebesar 18.7% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel *visibility, credibility, attraction, dan power* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci: *Celebrity Endorser,* Minat Beli, Pemasaran