

## ABSTRACT

*Endorsements* that can indirectly increase product sales are widely used by sellers in today's era. In this case, it is the Steak Zone restaurant. Steak Zone is a restaurant that sells steak, Indonesian food, snacks, and drinks located on Jl. Puncak Sekuning No.707c, 26 Ilir D. I, Ilir Barat I District, Palembang City, South Sumatra 30126. The research method used is quantitative. The data collection technique was carried out by questionnaire. Data analysis techniques were carried out by Reliability Test, Normality Test, Linearity Test and Simple Regression Test. It is stated that there is an influence of the endorsement of the Palembang Promo on the buying interest of consumers in Steak Zone restaurants. The t-value is calculated at 14,556 while the t-value of the table is 2,168 with a significant level of 0.1. because the  $t > t$  of the table and the significance value is  $0.000 < 0.1$ , it can be stated that the variable X (*Endorsment*) *has a perceptual effect on the sales of Steak Zone restaurants.* Then to see how big the obstacles in doing *Endorsement* are 31.6%, which endorsement not only has obstacles but also has a significant success rate in selling Steak Zone restaurants. Based on the results of the test "determination coefficient (Rsquare of 0.684) which contains the understanding that the influence of independent variables (*Endorsement*) on bound variables" (consumer buying interest in steakhouse zones) is 68.4%. That means that buying interest increased by 68.4% through *endorsements* carried out by the Palembang Promo.

**Keywords:** *Endorsement, Steak Zone, Palembang Promo*

## ABSTRAK

*Endorsement* yang secara tidak langsung dapat meningkatkan penjualan produk banyak digunakan oleh penjual di era sekarang. Dalam hal ini yaitu restoran Steak Zone. Steak Zone merupakan sebuah tempat makan yang menjual steak, makanan nusantara, makanan ringan, dan minuman yang berlokasi di Jl. Puncak Sekuning No.707c, 26 Ilir D. I, Kecamatan Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30126. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Teknik analisis data dilakukan dengan uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Linearitas dan Uji Regresi sederhana. Dinyatakan bahwa ada pengaruh *endorsement* Promo Palembang terhadap minat beli konsumen di restoran Steak Zone. nilai t hitung 14.556 sedangkan nilai t tabel yaitu 2.168 dengan level signifikan 0,05. dikarenakan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$  maka dapat nyatakan bahwa variabel X (*Endorsment*) secara persial berpengaruh terhadap penjualan restoran Steak Zone.” Kemudian untuk melihat seberapa besar hambatan-hambatan dalam melakukan *Endorsment* sebesar 31,6% yang mana *endorsment* selain memiliki hambatan akan tetapi juga memiliki tingkat keberhasilan yang signifikan dalam penjualan restoran Steak Zone. Berdasarkan hasil uji “koefisien determinasi (Rsquare sebesar 0,684 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (*Endorsement*) terhadap variabel terikat” (minat beli konsumen di restoran steak Zone) adalah sebesar 68,4%. Itu artinya minat beli meningkat 68,4% melalui *endorsement* yang dilakukan Promo Palembang.

**Kata Kunci:** *Endorsement*, Steak Zone, Promo Palembang