

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH

OLEH

Milleni Chovina Devi, NIM 1817041026

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *brand image* dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian produk Wardah. Desain penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek dalam penelitian yaitu mahasiswa program studi manajemen yang melakukan pembelian terhadap produk Wardah. Objek dari penelitian ini adalah *brand image*, *celebrity endorser* dan keputusan pembelian. Sampel dari penelitian ini berjumlah 82 responden. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dan alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah. (2) *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah. (3) *brand image* dan *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah.

Kata Kunci: *brand image*, *celebrity endorser*, keputusan pembelian

This study aims to examine the effect of brand image and celebrity endorser on Wardah product purchasing decisions. The research design in this study was causal quantitative. The subjects in the study were management study program students who made purchases of Wardah products. The object of this research is brand image, celebrity endorser and purchasing decisions. The sample of this study amounted to 82 respondents. Data collected through questionnaires and the analytical tool used is multiple linear regression analysis. The results showed that (1) brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions for Wardah products. (2) celebrity endorser has a positive and significant effect on purchasing decisions for Wardah products. (3) brand image and celebrity endorser have a significant effect on purchasing decisions for Wardah products.

Keywords: brand image, celebrity endorser, purchase decision