

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai pengaruh celebrity endorser dan brand Image terhadap keputusan pembelian produk The Originote. Metodologi penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif dan Teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel 96 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar dengan menggunakan google form. Data primer yang diperoleh diolah menggunakan SPSS versi 27 dengan Teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa celebrity endorser berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $< 0,001$ serta brand image berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Serta berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa celebrity endorser dan brand image secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk The Originote.

Kata Kunci: Celebrity Endorser, Brand Image, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study is a quantitative research result that aims to answer questions about the influence of celebrity endorsers and brand image on purchasing decision of The Originote products. The research methodology used is quantitative research and the sampling technique uses the purposive sampling method with a sample size of 96 people. The data collection technique uses a questionnaire distributed using a google form. The primary data obtained is processed using SPSS version 27 with multiple linear regression analysis techniques. The results of the study indicate that celebrity endorsers have a positive effect on purchasing decisions with a significance value of <0.001 and brand image has a positive effect on purchasing decisions with a significance value of <0.001 . And based on the results of the F test, it shows that celebrity endorsers and brand image simultaneously influence purchasing decisions for The Originote products.

Keywords: Celebrity Endorsers, Brand Image, Purchasing Decisions.