

## ABSTRAK

Khairunnisa. Analisis Pengaruh Harga Dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* Citra Sakura Fair UV (Studi Kasus Konsumen Di Wilayah Grogol Petamburan Jakarta Barat). (Dibimbing oleh Eka Bertuah). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* Citra Sakura Fair UV pada konsumen di Wilayah Grogol Petamburan Jakarta Barat. Harga dan *Celebrity Endorser* menjadi variabel independen, *Brand Image* menjadi variabel intervening sedangkan Keputusan Pembelian menjadi variabel dependen. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*). Alat ukur yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Path. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 140 responden wanita minimal usia 17 tahun yang membelikan menggunakan *hand and body lotion* Citra Sakura Fair UV serta yang mengetahui FebbyRastanty sebagai *celebrity endorser* yang ditemui di Wilayah Grogol petamburan Jakarta Barat. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh Harga dan *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image*, Harga dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian, dan adanya pengaruh secara tidak langsung Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image*, Selanjutnya *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* sebagai variabel intervening. *Brand Image* tidak memiliki kekuatan yang besar sebagai variabel intervening sehingga tidak dapat menjadi variabel intervening pada Harga dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : **Harga, *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

Khairunnisa. *Analysis of the Influence of Price and Celebrity Endorser on Purchase Decisions through Sakura Fair UV Image Brand Image (Consumer Case Study in Grogol Petamburan, West Jakarta). (Supervised by Eka Bertuah). This study aims to determine the effect of Price and Celebrity Endorser on Purchasing Decisions through the Sakura Fair UV Brand Image for consumers in Grogol Petamburan, West Jakarta. Price and Celebrity Endorser become independent variables, Brand Image becomes an intervening variable while Purchasing Decision becomes the dependent variable. The method of analysis in this study uses Path Analysis. The measuring instrument used is Validity Test, Reliability Test and Path. The number of samples in this study were 140 female respondents at least 17 years of age who bought and used the Citra Sakura Fair UV hand and body lotion and who knew FebbyRastanty as a celebrity endorser found in Grogol Petamburan, West Jakarta. These results indicate the influence of prices on Brand Image, Celebrity Endorser on Brand Image, Prices on Purchase Decisions, Celebrity Endorser on Purchase Decisions, Brand Image on Purchase Decisions, and the indirect influence of Prices on Purchase Decisions through Brand Image, Next Celebrity Endorser on Purchasing Decisions through Brand Image as an intervening variable. Brand Image does not have great strength as an intervening variable so it cannot be an intervening variable on Price and Celebrity Endorser on Purchase Decisions.*

**Keywords:** *Price, Celebrity Endorser, Brand Image and Purchase Decision*