

ABSTRAK

ACHMAD FAUZI ECTANOV, Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo F Series melalui Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di wilayah Karawaci, Tangerang). (dibimbing oleh Eka Bertuah)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada produk *Smartphone* Oppo F Series. Variabel independen terdiri atas *Celebrity Endorser* dan Harga, variabel dependen terdiri atas keputusan pembelian, dan variabel intervening terdiri atas Citra Merek. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 130 orang responden. Responden penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk *Smartphone* Oppo F Series, serta melihat iklan *Smartphone* Oppo F Series yang dibintangi oleh Chelsea Islan, dan konsumen yang sudah berpenghasilan/bekerja. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif Kausal dan penelitian ini menggunakan teknik analisa Analisis Jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek. *Celebrity Endorser* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Harga dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Celebrity Endorser* berpengaruh secara tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek, dan Harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek.

Kata kunci: *Celebrity Endorser*, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian