

ABSTRAK

Nama : Toni Novriandi
Program studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli *Smartphone* Vivo di Wilayah Tangerang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *celebrity endorser* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli *smartphone* Vivo di wilayah Tangerang. Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden. Responden penelitian ini adalah pembeli dan pengguna *smartphone* Vivo di wilayah Tangerang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Jalur (*Path Analysis*), Uji t dan Uji Determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh terhadap Minat Beli, Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli, *Celebrity Endorser* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Produk berpengaruh pada Keputusan Pembelian, Minat Beli berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian selanjutnya hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian secara langsung mempunyai pengaruh lebih besar terhadap pengaruh tidak langsungnya *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. pengaruh tidak langsung Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli mempunyai nilai lebih besar dari pada pengaruh langsung Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian maka dapat dikatakan Minat Beli dapat menjadi variabel intervening antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, Minat Beli, Keputusan Pembelian