

ABSTRAK

Judul : Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Citra Merek terhadap Niat Beli pada Produk Wardah Instaperfect

Nama : Isma Shelawati

Program Studi : Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Celebrity Endorser* (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap Niat Beli (Y) pada Produk Wardah Instaperfect. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari *Celebrity Endorser* dan Citra Merek, sedangkan variabel dependen adalah Niat Beli. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan produk Wardah Instaperfect yang ditemui di wilayah Jakarta Barat. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 135 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *Celebrity Endorser* dan Citra Merek berpengaruh positif terhadap Niat Beli. Secara simultan, *Celebrity Endorser* dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli pada Produk Wardah Instaperfect. Dalam penelitian ini, Citra Merek merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi Niat Beli pada produk Wardah Instaperfect di wilayah Jakarta Barat.

Kata kunci : *celebrity endorser*, citra merek, niat beli.

ABSTRACT

Title : The influence of Celebrity Endorser and Brand Image on Purchase Intention of Wardah Instaperfect Products.

Name : Isma Shelawati

Study Program : Management

The study aims to determine the influence of Celebrity Endorser (X_1) and Brand Image (X_2) on Purchase Intention (Y) of Wardah Instaperfect Products. From this research, independent variables consist of Celebrity Endorser and Brand Image, while dependent variable is the Purchase Intention. The population of this research are people in West Jakarta Area who have purchased and used Wardah Instaperfect products. Sample used is non probability sampling with purposive sampling technique which have 135 respondents. The analysis used in this research is multiple linear regression analysis.

The result showed that partially, Celebrity Endorser and Brand Image have a positive effect on Purchase Intention. While together Celebrity Endorser and Brand Image have a positive and significant effect to the Purchase Intention of Wardah Instaperfect Products. In this research, Brand Image is the most dominant variable influencing Purchase Intention.

Keywords : celebrity endorser, brand image, purchase intention.