

## ABSTRAK

Judul : Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Awareness* Pada Produk Air Mineral  
Nama : Rangga Putra Islami  
Program Studi : S1 Manajemen

Keputusan pembelian merupakan hal penting diteliti karena berkaitan dengan keberlangsungan suatu perusahaan, perusahaan menginginkan agar produk yang ditawarkan dapat dibeli oleh konsumen sebanyak-banyaknya oleh karena itu agar tercapainya tujuan tersebut perusahaan salah satunya menggunakan jasa *celebrity* untuk memperkenalkan produk nya agar dapat di kenal oleh masyarakat luas nantinya dan akhirnya masyarakat tertarik untuk melakukan pembelian produknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Awareness* Pada Produk Air Mineral. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi 35 butir pernyataan yang disebarakan pada 150 responden. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan metode analisis menggunakan uji analisis *path*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh yang signifikan antara *Celebrity Endorser*, Harga, *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian .

Kata kunci: *Celebrity Endorser*, Harga, Keputusan Pembelian, *Brand Awareness*.

*Abstract*

*Title : The Affect of Celebrity Endorser and the price towards purchasing decisions through Brand Awareness on Mineral water Products*  
*Name : Rangga Putra Islami*  
*Study Program : SI Management*

*Purchasing decision is important to be researched because it is related to the continuity of a company, the company has to make the product offered can be bought by the consumers as much as possible so that the achievement of the company is one of them using the services of celebrity to introduce its products to be known by the wider community later and finally the community interested in making products purchase.*

*This research aims to determine the Affect of Celebrity Endorser and prices on purchasing decisions through Brand Awareness on Mineral water products. The collection of data in this study used a questionnaire containing 35 items of statements distributed in 150 respondents. This sampling uses purposive sampling techniques with analytical methods using the path analysis test. The results of this study show that there is a significant influence between Celebrity Endorser, Price, Brand Awareness on purchasing decisions.*

*Keywords: Celebrity Endorser, Price, decision buying, Brand Awareness.*