

ABSTRAK

NIDIA NOVIA SUHERMAN. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Shampo Clear (Pembimbing oleh I'in Endang Mardiani).

Perkembangan dunia usaha ini ditandai dengan semakin banyaknya persaingan. Tujuan perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal. Keputusan pembelian konsumen sangat menentukan penjualan suatu perusahaan dan nantinya akan mempengaruhi laba perusahaan. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah *celebrity endorser* dan *brand image*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengetahui tayangan iklan televisi shampo clear yang di *endorse* oleh Agnes Monica serta pernah membeli, dan menggunakan shampo clear. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan *quota sampling* sebanyak 150 responden.

Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* dan variabel *brand image* secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta *brand image* merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *celebrity endorser, brand image, keputusan pembelian.*