

ABSTRAKSI

RENDI AGUSTIO, Analisis Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sarimi di Wilayah Karawaci, Tangerang (dibimbing oleh Ari Anggarani).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dan iklan terhadap keputusan pembelian mie instan Sarimi. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari *celebrity endorser* dan iklan, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang diperlukan 95 responden yang berasal dari 19 pernyataan kuesioner. Responden penelitian ini adalah responden yang pernah membeli dan menonton iklan mie instan Sarimi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorser* dan iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mie instan Sarimi.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Iklan dan Keputusan Pembelian