

ABSTRAK

TRI SUBEKTI, pengaruh *personal selling*,promosi penjualan,citra merk dan *celebrity endoser* terhadap keputusan pembelian Kaia Hijab di media sosial.(dibimbing oleh Dihin Septyanto).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh *personal selling*,promosi penjualan,citra merk dan *celebrity endoser* terhadap keputusan pembelian Kaia Hijab di media sosial. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari *personal selling*,promosi penjualan,citra merk dan *celebrity endoser* sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah metode *quota sampel*, dengan jumlah sampel yang diperlukan sebanyak 100 responden yang berasal dari penyebaran 30 pernyataan kuesioner. Responden penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan produk Kaia Hijab. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, promosi penjualan, citra merk dan *celebrity endoser* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. *Personal selling* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kaia Hijab di media sosial.

Kata kunci : *personal selling*,promosi penjualan,citra merk,*celebrity endoser* dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

TRI SUBEKTI, the influence of personal selling, sales promotion, brand image and celebrity endoser on purchasing decisions Kaia Hijab in social media. (Supervised by Dihin Septyanto).

This study aims to determine the effect of the influence of personal selling, sales promotion, brand image and celebrity endoser on purchasing decisions Kaia Hijab in social media. In this study, the independent variables are personal selling, sales promotion, brand image and celebrity endoser while the dependent variable is the purchase decision.

The method used in the sampling is quota sampling methods now, with the required sample size of 100 respondents from 30 statement deployment questionnaire. Respondents are consumers who buy and use the product Kaia Hijab. The analytical method used is the Multiple Linear Regression Analysis.

The results showed that, sales promotion, brand image and celebrity endoser has an influence on purchasing decisions. Personal selling has no effect on purchasing decisions Kaia Hijab socially mediated.

Keywords: personal selling, sales promotion, brand image, celebrity endoser and purchasing decisions.