

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara *celebrity endorser* dan desain produk terhadap citra merek dan dampaknya pada keputusan pembelian produk merek Bloods Industries di Bandung. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur. Objek penelitian ini adalah konsumen Bloods Industries

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *celebrity endorser* dan desain produk terhadap citra merek secara simultan namun secara parsial *celebrity endorser* tidak berpengaruh terhadap citra merek sebaliknya desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek.

Selain itu secara simultan *celebrity endorser*, desain produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial *celebrity endorser* dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan hubungannya negatif.

Pengaruh langsung antara *celebrity endorser* dan keputusan pembelian adalah sebesar 0,187 atau 18,7% Lebih besar daripada pengaruh tidak langsung sebesar 0,055 atau 5,5%. Sehingga variabel citra merek memiliki peran yang kecil terhadap keputusan pembelian. sementara pengaruh tidak langsung antara variabel desain produk dan keputusan pembelian adalah sebesar 0,616 atau 61,6% Lebih besar daripada pengaruh langsung sebesar 0,033 atau -0,33%. sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek memiliki peran yang besar terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *celebrity endorser*, desain produk, citra merek, keputusan Pembelian.