

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kondisi Tanggapan konsumen mengenai selebriti endorse, tanggapan konsumen mengenai citra merek, tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian terhadap produk distro kick denim, besarnya pengaruh selebriti endorse dan citra merek terhadap keputusan pembelian secara simultan maupun parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kick denim. Sampel penelitian berjumlah 86 konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Pada penelitian ini untuk mengolah, menganalisis data, dan membuat kesimpulan penelitian, penulis menggunakan statistik regresi linier berganda dengan menggunakan program komputer SPSS versi 20. Uji hipotesis menggunakan uji secara simultan dan parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selebriti endorse dan citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selebriti endorse memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: selebriti endorse, citra merek, keputusan pembelian

## *ABSTRACT*

The purpose of this research is to know the condition of consumer Responses about celebrities endorse, consumer responses about brand image, the responses of consumers regarding purchasing decisions against the product distributions kick denim, the magnitude of the influence of celebrities endorse and brand image towards purchasing decisions simultaneously as well as partial. The population in this study was consumers kick denim. Sample research totalling 86 consumer. The research method used is descriptive method and verifikatif. In this research, to manipulate, analyze data, and make the conclusion of the study, the authors use multiple linear regression statistics using SPSS program version 20. Test hypotheses using simultaneous and partial test. The results showed that celebrities endorse and brand image has a positive influence towards purchasing decisions. Celebrities endorse a greater effect against purchasing decisions

Keywords: celebrities endorse, brand image, purchase decision