

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan sebuah Kota yang terkenal dengan potensi industri kreatif khususnya dalam bidang *fashion*, terlebih lagi masyarakatnya yang haus untuk selalu tampil modis dalam kesehariannya, demi menunjang kebutuhan tersebut di Kota Bandung sendiri sudah banyak gerai *clothing* yang menjamur salah satunya yaitu Mayoutfit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian produk Mayoutfit (survei pada konsumen Mayoutfit Cabang Gegerkalong) secara simultan maupun parsial. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 95 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh antara harga dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh harga dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian secara simultan sebesar 67,6% dan sisanya 32,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti produk dan lokasi. Secara parsial besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 21,9% dan pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian sebesar 45,7%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *celebrity endorser* memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian