

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen Bandung Makuta cabang Van Deventer) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 85 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *brand image* dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh *brand image* dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian secara simultan sebesar 55,7% dan sisanya 44,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian sebesar 50,7% dan pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian sebesar 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *brand image* memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Brand Image, Celebrity Endorser, dan Keputusan Pembelian*