

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen *Clothing Flashy Bandung*) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 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 desain produk dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh desain produk dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian secara simultan sebesar 79,4%% dan sisanya 20,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sebesar 45,8% dan pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian sebesar 33,6%, sehingga dapat disimpulkan bahwa desain produk memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Desain Produk, *Celebrity Endorser* dan Keputusan Pembelian