ABSTRAK

Dunia fashion di Indonesia kini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kemajuan trend mode busana pakaian yang up to date dengan berbagai macam model busana pakaian yang ada membawa perubahan pada perilaku pengguna busana pakaian di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Celebrity Endorser dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Free N Style Cabang Dipatikur Bandung (Survey pada Konsumen Produk Baju Free N Style Cabang Dipatukur Bandung). Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode sampling aksidental. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, uji hipotesis parsial dan simultan, koefisien determinasi parsial dan simultan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terbukti bahwa celebrity endorser dan citra merek memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukan kedua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan secara parsial menunjukan bahwa variabel celebrity endorser dan citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Celebrity Endorser, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The fashion world in Indonesia has now experienced very rapid development. The progress of the trend of clothes fashion fashions that are up to date with various kinds of clothes fashion models that exist has brought changes to the behavior of clothes fashion users in Indonesia.

Thias study aims to determine the influence of Celebrity Endorser and Brand Image on Purchasing Decisions of Free N Style clothes Products in Dipatiukur Bandung Branch (Survey of Consumer Products in Free N Style Dipatiukur Branch in Bandung). The number of respondents in this study were 100 people. The sampling technique used in this study uses accidental sampling method. The research method used is descriptive method and verification method. The research method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, partial and simultaneous hypothesis testing, partial and simultaneous determination coefficients.

The results of this study indicate that partially and simultaneously proved that celebrity endorser and brand image have a positive influence on purchasing decisions. Simultaneous hypothesis test results show that both variables significantly influence purchasing decisions and partially show that the variable celebrity endorser and brand image have a significant influence on purchasing decisions.

Keyword : Celebrity Endorser, Brand Image, Purchase Decision