

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain produk dan *celebrity endorser* terhadap proses keputusan pembelian (survei pada konsumen *clothing* Reclays Bandung baik secara simultan maupun parsial. Serta untuk menjawab rumusan masalah mengenai desain produk, *celebrity endorser* dan proses keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi dan menggunakan alat bantu SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara desain produk dan *celebrity endorser* terhadap proses keputusan pembelian. Besarnya pengaruh harga dan *online consumer reviews* terhadap keputusan pembelian secara simultan sebesar 47,8% dan sisanya 52,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh desain produk terhadap proses keputusan pembelian sebesar 22,15% dan pengaruh *celebrity endorser* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 25,7%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *celebrity endorser* memberikan pengaruh paling besar terhadap proses keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Desain Produk, *Celebrity Endorser*, Proses Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to find out the effect of product design and celebrity*

*endorser on process purchasing decision, survey on to answer the problem formulation regarding product design, celebrity endorser and process purchasing decision. The research method used is descriptive and verification methods with a total sample of 98 people. Testing of research instruments using the validity and reliability test. Data analysis methods used are multiple linear regression analysis, multiple correlation, coefficient of determination and using SPSS 22 tools.*

*The results showed that there was a positive and significant influence between price and online consumer reviews on purchasing decision. The magnitude of the effect of price and online consumer reviews on purchasing decision amounted to 47,8% and the remaining 52,2% was influenced by other variables not examined. Partially the magnitude of the effect of produk design on process purchahse decision by 22,15 % and the effect of celebrity endorser on process purchasing decision by 25,7%, so it can be concluded that celebrity endorser provides the greatest influence on process purchasing decision.*

***Keywords: Product Design, Celebrity Endorser, Process Purchase Decision***

