

ABSTRACT

This research aims to know the influence of celebrity endorser and brand image toward purchasing decision. The object for this research is TOP Coffee brand product with respondent who is consumer coffee and have been consumption of TOP Coffee in Rawaburung village, Teluknaga sub-district, Tangerang-Banten. This research was done to 100 respondents by using quantitative-description approach. Thus, data analysis which is used is statistics analysis in the form of double linier regression test.

The result of this research shows that either simultaneously or partially, the variable of celebrity endorser and brand image was influence toward purchasing decision of TOP Coffee in Rawaburung village. It has been proven from the result of (F) simultaneous test and the result of (t) partial which shows significant point of two independent variables that supports the hypothesis, therefore the assumption is accepted. There is influence by positive and significant between variable celebrity endorser and brand image toward purchasing decision of TOP Coffee in Rawaburung Village.

Keywords: celebrity endorser, brand image, purchasing decision, TOP Coffee



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian adalah produk merek TOP *Coffee* dengan responden yang merupakan pengonsumsi kopi dan pernah mengonsumsi TOP *Coffee* di Desa Rawaburung, Kecamatan Kosambi, Tangerang-Banten. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik secara simultan dan parsial variabel *celebrity endorser* dan citra merek berpengaruh pada keputusan pembelian TOP *Coffee* di Desa Rawaburung. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan nilai signifikan dari dua variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *celebrity endorser* dan citra merek terhadap keputusan pembelian TOP *Coffee* di Desa Rawaburung.

Kata kunci: *celebrity endorser*, citra merek, keputusan pembelian, TOP *Coffee*