

ABSTRAC

This research aims to know the influence of the celebrity endorser and brand association on purchase decision. The Object for this research is the people at the University Mercu Buana Menteng, this research was done to 120 respondents. Data collection methods is used the library research and field research. Based on research objectives set, then this kind of research is classified as cusal research design. This, data analysis which is used is statistic analysis in the form of double linear regression test.

The result of this research shows that simultaneously, the variable of the celebrity endorser, brand association on purchase decision, while partially only variable of celebrity endorser, brand association on purchase decision of Luwak White Koffie at University Mercu Buana Menteng. It has been proven from the result of (f) simoultant test shows significant point of two independent variables that supports the hipotesys and the result of (t) partial shows that only two independent variables that supports the hipotesys. Therefore, the accepted assumption is, there is influence between the celebrity endorser, brand association on purchase decision of Luwak White Koffie at University Mercu Buana Menteng. While the result of (t) partial only the variable of brand association and brand association which influnce to purchase decision.

Keywords : Celebrity Endorser, Brand Association, Purchase Decision Of Luwak White Koffie at University Mercu Buana Menteng.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dan *brand association* terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah orang – orang yang berada di Universitas Mercu Buana Menteng, Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data penelitian keperpustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*). Berdasarkan tujuan penelitian yang ditetapkan , maka jenis penelitian ini digolongkan sebagai desain penelitian kausal. Analisis data yang di gunakan adalah analisis statistik dengan bentuk uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel *celebrity endorser* dan *brand association* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan secara parsial variabel *celebrity endorser* dan *brand association* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Luwak White Koffie* di Universitas Mercu Buana Menteng. Hal ini di buktikan dari hasil uji simultan (uji f) yang menunjukkan nilai signifikan dari dua variabel bebas yang mendukung hipotesa dan hasil uji parsial (uji t) menunjukkan kedua variabel bebas yang nilai nya signifikan mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *celebrity endorser* dan *brand association* terhadap keputusan pembelian *Luwak White Koffie* di Universitas Mercu Buana Menteng, sedangkan secara parsial kedua variabel *celebrity endorser* dan *brand association* berpengaruh.

Kata kunci: *Celebrity Endorser*, *Brand Association*, Keputusan Pembelian *Luwak White Koffie* di Universitas Mercu Buana Menteng.