

ABSTRACT

The research to know the influence of the “Celebrity Endorser, the Brand Image and the Word Of Mouth to Purchase Intention on TOP White Coffee” at Mercu Buana University Management 2014. This research was done to 100 respondents. The sampling technique used study is a Purposive Sampling. The data analysis used is statistical analysis in the form of multiple linear regression test. Because the data analysis used statistical analysis in the form of multiple linear analysis.

The result of this study indicate that Celebrity Endorser has influence positive and significant the Purchase Intention, Brand Image influence positive and significant the Purchase Intention, Word Of Mouth has influence positive and significant the Purchase Intention.

It has been proven from the results of (F) partial shows significations point of three independent variables that support hypothesis. Therefore, the accepted assumption is, there is influence between Celebrity Endorser, Brand Image and Word Of Mouth on Purchase Intention TOP White Coffee in Mercu Buana University Management 2014.

Keywords: Celebrity Endorse, Brand Image, Word Of Mouth, Purchase Intention.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli pada TOP *White Coffee*” Studi Kasus Mahasiswa Universitas Mercu Buana Manajemen 2014. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Hal ini dibuktikan dari hasil Simultan (Uji F) dan hasil Uji Parsial (Uji T) juga menunjukkan nilai signifikan dari ketiga variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli TOP *White Coffee* di Universitas Mercu Buana Manajemen 2014.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Citra Merek, *Word Of Mouth*, Minat Beli

