

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh promosi, bintang film dan *word of mouth* terhadap keputusan menonton. Objek penelitian ini adalah masyarakat Jakarta Barat yang sudah pernah menonton film nasional. Penelitian ini dilakukan terhadap 251 responden dengan menggunakan teknik survey dengan alat penyebaran kuesioner. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif kausal, dengan jenis *non probability*. Instrumen data menggunakan metode statistik *Structural Equation Modeling* software SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel bintang film berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan variabel *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Promosi, Selebriti Endorser, *word of mouth* dan keputusan pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The purpose of the research to test affect the promotion, movie stars and word of mouth toward watching decision. The object of research is the people of West Jakarta who have been watching on Nasional Movie. This research was conducted on 250 respondents by using survey technique with questionnaires distribution tools. This type of research is quantitative causal, with non probability type. The data instruments uses Structural Equation Modeling statistical method of SmartPLS software version 3.0. The results of this research show that either partially, promotion variables affect the purchase decision, celebrity endorser affect the purchase decision and word of mouth variables affect the purchase decision.

Keyword : Promotion, Celebrity Endorser, Word of Mouth and Purchase decision

