

ABSTRACT

The research aims to identify the influence of Celebrity Endorser, Brand Image and Price Perception on buying interest Bandung Makuta Cake. The subjects in this study were consumer who are Interest in Buying Bandung Makuta Cake. The sample used in this study was 140 respondents. The sampling technique using a convenience sampling. By using quantitative descriptive approach. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study showed that Celebrity Endorsers are negative and have no significant effect on Buying Interests. Brand Image has a significant positive effect on Buying Interests and Price Perception has a significant positive effect on Buying Interests.

Keywords: Celebrity Endorser, Brand Image, Price Perception, Buying Interest, Bandung Makuta Cake

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli pada Bandung Makuta *Cake*. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang Minat untuk membeli produk Bandung Makuta *Cake*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 140 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. *Brand Image* berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli dan Persepsi Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, Persepsi Harga, Minat Beli, Bandung Makuta *Cake*