

ABSTRAK

Tujuan melakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian mahasiswa S1 Universitas Mercu Buana terhadap produk Erigo. Penelitian ini merupakan jenis kuantitatif yang menggunakan data primer. Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji t dengan bantuan *Software IBM SPSS 26 for windows*. Hasil analisis hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan *Celebrity Endorser* secara individual berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pengaruh yang paling dominan dalam penelitian ini adalah *Celebrity Endorser*.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, dan *Celebrity Endorser*.



ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of Product Quality and Celebrity Endorser on the Purchase Decisions of Mercu Buana University Undergraduate Students on Erigo products. This is a quantitative type of research using primary data. The sampling technique used in this research is non-probability sampling with a purposive sampling method. Data collection techniques in this study used a questionnaire distributed to 96 respondents. The data analysis technique used is descriptive test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, and t test with IBM SPSS 26 Software for Windows. The results of the hypothesis analysis indicate that Product Quality and Celebrity Endorser individually have a significant effect on Purchase Decisions. The most dominant influence in this research is Celebrity Endorser.

Keywords: Purchase Decision, Product Quality, and Celebrity Endorser.

