

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh dari *celebrity endorser*, *brand image* dan *brand trust* terhadap *purchase Intention* Produk British Propolis CV. Ippho Santosa. Data penelitian ini merupakan data yang diambil dari data sekunder perusahaan dan data primer yang didapat dari pengolahan data kuesioner yang diisi oleh calon konsumen dengan minat membeli produk British Propolis. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis *Partial Least Square (PLS)*. Hasil temuan peneliti terdahulu menunjukkan bahwa *celebrity endorser*, *brand image* dan *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata kunci : *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust, Purchase Intention*



ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of celebrity endorser, brand image and brand trust to purchase intention on British Propolis CV. Ippho Santosa. The data of this research is data taken from secondary data of companies and primary data obtained from processing of questionnaire data filled out by prospective consumers with an interest in buying British Propolis products. The number of samples used were 100 respondents and the analytical technique used in this study was to use Partial Least Square (PLS) analysis. The findings of previous researchers show that celebrity endorsers, brand image and brand trust have a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords : *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust, Purchase Intention*

