

**Kelvin Hidayat,13219244**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU *NIKE* DI TANGERANG**

Penulisan Ilmiah, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang pernah membeli produk Sepatu *Nike*

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas,Uji Reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang terdiri dari 3 asumsi dasar yaitu normalitas, multikolinelitas, dan heteroskedastisitas. Setelah itu dilakukan uji regresi linier berganda, uji F, dan uji t.

Hasil dari Penelitian ini bertujuan bahwa Variabel *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan dan mempunyai nilai positif terhadap keputusan pembelian Sepatu *Nike*, Secara parsial Variabel *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *Nike* Di Tangerang.

Kata kunci : *Celebrity Endorser*, *Brand Image* Dan Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

(xii + 48 + Lampiran)

Daftar Pustaka (1998-2020)