

Fathurrachman Arya Dwiputra, 10221726

PENGARUH PENGARUH ENDORSEMENT INFLUENCER,BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK CIMORY

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma,
2023

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis Pengaruh Pengaruh Endorsement Influencer,Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Cimory

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif , tahap uji yang dilakukan adalah: Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asusmsi Klasik (Uji Normalitas,Uji Heteroskedastisitas dan Uji Multikolinearitas),Analisis Regresi Berganda,Uji Hipotesis (Uji T (Parsial), Uji F (Simultan)). Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah probability sampling. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Endorsment Influencer secara Parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Cimory dan Brand Image secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Cimory.

Kata Kunci : *Endorsment Influencer,Brand Image,Keputusan Pembelian,Konsumen*

(xii + 55 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2016 – 2023)