

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2021

Syifa Pramudita

120.2017.263

Pengaruh Citra Merek, Celebrity Endorser, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Body Lotion Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas YARSI Program Studi Manajemen 2017)

113 halaman + xvi halaman + 23 tabel + 5 gambar dan 6 lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Celebrity Endorser, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian serta tinjauannya dari sudut pandang Islam. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas YARSI Program Studi Manajemen 2017 yang pernah menggunakan body lotion Scarlett Whitening. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 130 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *survey* dengan instrument kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Celebrity endorser secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam Islam citra merek berarti nama baik yang menjadi identitas perusahaan. Celebrity endorser harus mengiklankan produk dengan jelas dan jujur. Mempromosikan produk dengan apa adanya atau tidak dilebih-lebihkan sehingga membuat konsumen dapat tertarik dan memustikan untuk membeli produk.

Kata Kunci: Citra Merek, Celebrity Endorser, Promosi, Keputusan Pembelian, Islam.