

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2022

**Eliana**  
**120.2018.099**

**Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Di Wilayah DKI Jakarta Serta Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam.**

179 halaman + xvi halaman + 32 Tabel + 12 Gambar dan 3 Lampiran

### Uraian Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Somethinc di Wilayah DKI Jakarta. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 165 orang yang merupakan pengguna produk Somethinc yang tersebar di wilayah DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *survey* dengan instrumen kuesioner melalui *google form*. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Pengujian secara statistik dilakukan dengan dua cara yaitu pengujian secara parsial (uji t) dan secara simultan (uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *celebrity endorser* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (5) secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Celebrity endorser*, kualitas produk, citra merek, harga, dan keputusan pembelian produk Somethinc sudah menerapkan prinsip-prinsip sesuai ajaran Islam karena produk tersebut halal dan bersertifikat BPOM RI, dan endorser memberikan contoh yang baik dalam mengiklankan suatu produk.

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

## ABSTRACT

*Faculty of Economics And Business  
S-1 Study Program Management  
2022*

**Eliana**  
**120.2018.099**

***The Influence of Celebrity Endorsers, Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decisions of Somethinc Products in the DKI Jakarta and Overview From an Islamic Perspective***

179 pages + xvi pages + 32 tables + 12 pictures + and 3 attachments

### ***Abstract Description***

*This research was conducted with the aim to determine the effect of celebrity endorsers, product quality, brand image, and price on product purchasing decisions in the DKI Jakarta Region. The number of respondents in this study were 165 people who were users of Somethinc products spread across the DKI Jakarta area. The sampling technique used is purposive sampling technique. Data was collected using a survey method with a questionnaire instrument via google form. The data analysis method used is multiple regression analysis. Statistical testing was carried out in two ways, namely partial testing (t test) and simultaneous (F test). The results showed that: (1) celebrity endorser partially positive and significant effect on purchasing decisions, (2) product quality partially positive and significant effect on purchasing decisions, (3) brand image partially positive and significant effect on purchasing decisions, (4) the price partially has a positive and significant effect on purchasing decisions, (5) simultaneously all independent variables have a positive and significant influence on purchasing decisions. Celebrity endorsers, product quality, brand image, prices, and purchase decisions for Somethinc products have applied principles according to Islamic teachings because the product is halal and certified by BPOM RI, and the endorser provides a good example in advertising a product.*

*Keywords: Celebrity Endorser, Product Quality, Brand Image, Price and Purchasing Decisions.*