

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi
Program Studi S-1 Manajemen
2019

Rosiana Dewi

120.2015.133

Pengaruh *Celebrity Endorser*, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Produk Bedak Padat Maybelline Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Pada Mahasiswi Universitas YARSI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tahun Angkatan 2015)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, harga dan kualitas produk terhadap keputusan perpindahan merek produk bedak padat Maybelline (Studi Pada Mahasiswi Universitas YARSI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tahun Angkatan 2015). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan sampel sejumlah 63 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Celebrity endorser* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan perpindahan merek produk bedak padat Maybelline. (2) Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan perpindahan merek produk bedak padat Maybelline. (3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek produk bedak padat Maybelline. (4) Secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perpindahan merek produk bedak padat Maybelline. Ketiga variabel independen yaitu *Celebrity endorser*, harga dan kualitas produk dari bedak padat meybelline tidak sesuai menurut pandangan Islam sedangkan variabel dependen yaitu perpindahan merek dari produk bedak padat Maybelline telah sesuai menurut pandangan Islam.

Kata Kunci : *Celebrity endorser, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Perpindahan Merek..*

ABSTRACT

*Faculty of Economics
S-1 Study Program Management
2019*

Rosiana Dewi
120.2015.133

The Influence of Celebrity Endorser, Price and Product Quality on Brand Switching Decision of Maybelline Compact Powder with review from Perspective of Islam (Study at the YARSI University Student Faculty of Economics and Bussines 2015)

Abstract

This study aims to determine the effect of celebrity endorser, price and product quality on brand switching decision of Maybelline compact powder (Study at the YARSI University Student Faculty of Economics and Bussines 2015). The sampling technique using purposive sampling and obtained 63 respondents. Data was collected using a questionnaire instrument. The data analysis method used is multiple regression analysis, t test (partial) and f test (simultaneous). The results showed that: (1) The celebrity endorser had a negative and insignificant effect on brand switching decisions of Maybelline compact powder (2) Prices have a negative and insignificant effect on brand switching decisions of Maybelline compact powder. (3) Product quality has a positive and significant effect on brand switching decisions of Maybelline compact powder. (4) Simultaneously all independent variables have a significant influence on brand switching decisions of Maybelline compact powder. All independent variables, Celebrity endorser, price and product quality of Maybelline compact powder are not in accordance with Islamic views, while the dependent variable, brand switching decisions of Maybelline compact powder is in accordance with Islamic views

Keywords : Celebrity Endorser, Price, Product Quality and Brand Switching Decision.