

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Pada Konsumen Ramayana *Departement Store* Kediri)**

**ABSTRAK**

**Oleh:**

**Anis Nur Laily**

**1461016**

**Dosen Pembimbing:**

**Indra Kurniawan, S.Sos., MM**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh daya tarik iklan dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ramayana *Departement Store* Kediri. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan. Penelitian ini menggunakan populasi yaitu konsumen Ramayana *Departement Store* Kediri. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 dengan teknik pengambilan sampel yaitu non random. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji asumsi klasik. Hasil menunjukkan 1) Daya Tarik Iklan mampu meningkatkan Keputusan Pembelian produk Ramayana pada konsumen Ramayana *Departement Store* Kediri. Daya tarik iklan yang dimaksud meliputi iklan menunjukkan manfaat mengenai produk, iklan mempunyai ciri khas dalam menarik konsumen serta iklan menunjukkan kebenaran mengenai produk. 2) *Celebrity Endorser* mampu meningkatkan keputusan Pembelian produk Ramayana pada konsumen Ramayana *Departement Store* Kediri. *Celebrity endorser* yang dimaksud memiliki kriteria meliputi *endorser* mempunyai fisik yang menarik, mempunyai kepribadian yang baik serta memiliki banyak talenta dalam kariernya.

**Kata Kunci: Daya Tarik Iklan, *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian**

**THE EFFECT OF ADVERTISING AND CELEBRITY ENDORSER  
ATTRACTION ON PURCHASE DECISIONS  
(Case Study of the Ramayana Consumers at the Kediri Department Store)**

**ABSTRACT**

**By:**

**Anis Nur Laily  
1461016**

**Supervisor:**

**IndraKurniawan, S.Sos., MM**

*This study aims to examine and determine the effect of the attractiveness of advertisements and celebrity endorsers on purchasing decisions on consumers of the Ramayana Department Store Kediri. The research method used in this research is verification carried out through data collection in the field. This study uses a population of consumers who are consumers of the Ramayana Department Store Kediri. The sample in this study amounted to 100 with a sampling technique that is non random. The data analysis method used is multiple linear regression, hypothesis testing and classical assumption test. The results show that 1) Ad Attractiveness is able to increase the Decision of Purchasing Ramayana products at the Ramayana consumers at the Kediri Store Department. The attractiveness of the ad in question includes advertisements showing the benefits of the product, advertisements have characteristics in attracting consumers and advertisements show the truth about the product. 2) Celebrity Endorser is able to improve the decision to purchase Ramayana products at the Ramayana customers in the Department of Kediri store. Celebrity endorsers referred to as having criteria include endorsers who have an attractive physique, have a good personality and have many talents in their careers.*

**Keywords: Ad Attractiveness, Celebrity Endorser, Purchasing Decision**