

# **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada *Online Shop* Rumah Anita di Instagram)**

**Devi Dwi Febriani<sup>1</sup>, Wenda W. Christiyanto<sup>2</sup>**

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)

Email : [devidwifebriani22@gmail.com](mailto:devidwifebriani22@gmail.com)

## **Abstrak**

Perkembangan tren fashion di dunia fashion didorong oleh beberapa faktor antara lain media, dunia entertainment, dunia bisnis, dunia internet. Fashion pada dasarnya merupakan gaya hidup yang menjadi pilihan konsumen. Saat ini banyak yang dalam menjalankan usahanya kebanyakan perusahaan menggunakan strategi pemasaran dengan dukungan *Celebrity Endorser* untuk mempromosikan produknya yang bertujuan untuk memberikan informasi produk dan mengajak penonton atau pengikutnya memutuskan untuk membeli produk yang diiklankan, tidak hanya itu perusahaan juga memperhatikan kualitas produk yang digunakan dalam memproduksi produk tersebut agar konsumen menjadi puas dan berakhir pada keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan *explanatory research*. Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan cara menyebarkan kuesioner kepada followers rumah anita di instagram. Penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS untuk analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorser* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian koefisien determinasi penelitian ini sebesar 61,3% dimana termasuk dalam kategori moderat.

Kata kunci : *Celebrity endorser*, kualitas produk, keputusan pembelian