

ABSTRAKSI

Irzan Cahya Kurniawan, nomor Mahasiswa 152140083, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Artis Kekinian (Studi Pada Pelanggan Mamahke Jogja). 2019. Dosen Pembimbing I Dr. Sigit Haryono, S.Sos, M.Si dan Dosen Pembimbing II Dr. Adi Soeprapto, S.Sos, M.Si.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian melalui kuesioner pada followers Instagram @mamahkejogja yang telah membeli produk. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatory. Populasi dalam penelitian ini adalah followers Instagram @mamahkejogja yang telah membeli produk Mamahke Jogja. Ukuran sampel pada penelitian ini 68 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling dengan mengundi followers Instagram @mamahkejogja yang telah membeli produk Mamahke Jogja. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Celebrity Endorser, Citra Merek dan Variasi Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada followers instagram Mamahke Jogja (H1). Celebrity Endorser secara tidak signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada followers instagram Mamahke Jogja (H2). Citra Merek mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada followers Instagram Mamahke Jogja (H3). Variasi Produk mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada instagram Mamahke Jogja (H4).

Saran bagi perusahaan Mamahke Jogja, jika menginginkan pelanggan untuk membeli produk Mamahke Jogja maka dari pemasaran yang menggunakan Celebrity Endorser sebagai endorsement harus mempunyai kemampuan untuk lebih meyakinkan pelanggan agar membeli produk Mamahke Jogja. Perusahaan Mamahke Jogja dapat menghilangkan atau bahkan mengganti seorang Celebrity Endorser yang dirasa kurang memberikan keyakinan kepada pelanggan untuk membeli produk tersebut. Perusahaan juga harus mempertahankan citra merek dari Mamahke Jogja supaya nilai dari suatu merek itu tidak hilang atau perusahaan bisa meningkatkan citra mereknya. Kemudian, perusahaan Mamahke Jogja juga meningkatkan variasi – variasi produknya agar masyarakat lebih tertarik untuk membeli produk tersebut.

Kata kunci : Celebrity Endorser, Cita Merek, Variasi Produk, Keputusan Pembelian