

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH-OLEH MAMAHKE JOGJA DI KOTA YOGYAKARTA**

**Devi Setioningrum**

**141130315**

**Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta**

[deedeesetioningrum@gmail.com](mailto:deedeesetioningrum@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama-sama dan sebagian *Celebrity Endorser*, produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Mamahke Jogja. Teknik sampling yang digunakan *purposive sampling* terhadap 120 responden. Survei di lakukan pada Mahasiswa jurusan Manajemen " Veteran" UPN Yogyakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji f secara bersama-sama dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *Celebrity endorser*, Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada tingkat signifikansi  $0.000 < 0.005$ . dan nilai R Square sebesar 0.704, artinya 70.4% variasi dari keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen (*Celebrity endorser*, produk, harga, dan kualitas pelayanan) dan sisanya yaitu 29.6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di teliti. Secara parsial menemukan bahwa *Celebrity endorser*, produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Celebrity endorser*, produk, harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian