

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE*,
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR NMAX
DI UPN VETERAN YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

WISNU SADEWA
NIM 141140251

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan

Nasional “Veteran” Yogyakarta

E-mail : sadewwisnu@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini meneliti Analisis Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Nmax Di UPN Veteran Yogyakarta menggunakan regresi berganda untuk menguji hipotesis dengan 100 responden penelitian, teknik sampling menggunakan Purposive sampling. Hasil penelitian Celebrity endorser dan Brand Image berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Motor Nmax Di UPN Veteran Yogyakarta. Celebrity endorser dan Brand Image berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Motor Nmax Di UPN Veteran Yogyakarta.

Kata Kunci: Celebrity Endorser, Brand Image, Keputusan Pembelian.