

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM), DAN DESAIN KEMASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK (Survei Pada Konsumen Produk *The BTS Meal* di McDonald's Yogyakarta)

DINDA NADYA SALSABILLA

NIM. 141180179

dindanadyas9@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *celebrity endorser*, *electronic word of mouth* (EWOM), dan desain kemasan produk terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk *The BTS Meal* di McDonald's Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 151 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei, informasi dan data yang dikumpulkan dari responden dengan cara pengisian kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *celebrity endorser*, *electronic word of mouth* (EWOM), dan desain kemasan produk. Sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Serta variabel mediasinya adalah citra merek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *celebrity endorser* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) *electronic word of mouth* (EWOM) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) desain kemasan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian 4) citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 5) *celebrity endorser*, *electronic word of mouth* (ewom), desain kemasan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek.

Kata kunci: *celebrity endorser*, *electronic word of mouth* (EWOM), desain kemasan produk, citra merek, keputusan pembelian.