

ABSTRAK

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *BRAND IMAGE* DENGAN *CELEBRITY ENDORSER* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada Konsumen Produk Scarlett di Daerah Istimewa Yogyakarta)

BESSE RESKI HAJRIA

NIM. 141200008

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

reskihajria@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel *Product Quality* dan variabel *Celebrity Endorser* terhadap variabel *Brand Image* pada konsumen produk Scarlett di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam penelitian ini *Product Quality* adalah variabel independen yang digunakan. *Brand Image* adalah variabel dependen dan *Celebrity Endorser* bertindak sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Scarlett yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta, dan sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen produk Scarlett di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. *Partial Least Square (PLS)* adalah metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut temuan dalam penelitian ini, variabel *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Brand Image*. Variabel *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Brand Image*. Variabel *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Celebrity Endorser*. Variabel *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Brand Image* melalui *Celebrity Endorser* sebagai variabel intervening.

Kata kunci : *product quality*, *brand image*, *celebrity endorser*, produk scarlett

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON BRAND IMAGE WITH CELEBRITY ENDORSER AS AN INTERVENING VARIABLE

(Surveys of Product Scarlett Consumers in Special Region of Yogyakarta)

BESSE RESKI HAJRIA

NIM. 141200008

Management Study Program

Faculty of Economics and Business

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

reskihajria@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to test the influence of the Product Quality variable and the Celebrity Endorser variable on the Brand Image variable on consumers of Scarlett products in the Special Region of Yogyakarta. In this research, Product Quality is the independent variable used. Brand Image is the dependent variable and Celebrity Endorser acts as an intervening variable. The population in this study are consumers of Scarlett products who live in the Special Region of Yogyakarta, and the sample in this study is some consumers of Scarlett products in the Special Region of Yogyakarta. The sample in this study was 100 respondents. Partial Least Square (PLS) is the analysis method used in this research. According to the findings in this research, the Product Quality variable has a positive and significant effect on the Brand Image variable. The Celebrity Endorser variable has a positive and significant effect on the Brand Image variable. The Product Quality variable has a positive and significant effect on the Celebrity Endorser variable. The Product Quality variable has a positive and significant effect on the Brand Image variable through Celebrity Endorser as an intervening variable.

Keyword : *product quality, brand image, celebrity endorser, product scarlett*