

ABSTRAKSI

Isaroh, Nomor Induk Mahasiswa 152190016, program studi Ilmu Administrasi Bisnis fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul penelitian Pengaruh *Celebrity Endorse*, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Le Minerale (Studi kasus pada mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Celebrity Endorse*, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Le Minerale (Studi kasus pada mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta). Jenis penelitian ini adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan ukuran sampel sebanyak 100 responden yang terdiri dari mahasiswa yang mengkonsumsi air minum dalam kemasan Le Minerale mahasiswa aktif Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25.0. hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *Celebrity Endorse* terhadap keputusan pembelian sebesar $0,001 < 0,05$, variabel Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yaitu sebesar $0,199 > 0,05$, dan variabel Kualitas Produk Berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar $0,000, 0,05$. Adapun pengaruh positif dan signifikan *Celebrity Endorse*, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ pada produk air minerale Le Minerale.

Berdasarkan hasil penelitian ini Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Le Minerale diharapkan dapat melakukan inovasi dalam iklan melalui *celebrity endorse*, meningkatkan citra merek dengan baik dan mempertahankan kualitas air dan kemasan yang sudah dipercaya oleh kalangan masyarakat sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.

Kata kunci: *Celebrity Endorse*, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian