

ABSTRAK**ANALISIS PENGGUNAAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP
BRAND IMAGE DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN****Studi pada *ZAP Clinic* Yogyakarta**

Upik Satiti Nugraheni
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *celebrity endorser* terhadap *brand image*, dan pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni dan Juli 2017 di ZAP Yogyakarta. Populasi penelitian ini adalah konsumen ZAP Yogyakarta yang pernah melakukan perawatan ataupun membeli produk serta mengetahui adanya *celebrity endorser* yang digunakan ZAP. Sampel penelitian ini sejumlah 100 responden yang merupakan konsumen ZAP Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik sampling yang dilakukan dengan mengambil orang-orang terpilih menurut kriteria khusus yang dimiliki sampel itu. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan wawancara. Metode pengujian instrumen yang digunakan adalah pengujian validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan : *celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap *brand image*, dan *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen ZAP Yogyakarta.

ABSTRACT

**AN ANALYSIS ON THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER
TOWARDS BRAND IMAGE AND PURCHASING DECISION**

A study on ZAP Clinic Yogyakarta

Upik Satiti Nugraheni
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2017

This study aimed to find out the impact on using celebrity endorser towards brand image, and the impact of the brand image towards customer purchasing decisions. This study was conducted on June and July 2017 on ZAP Yogyakarta. The subject of the study was the consumer of ZAP Yogyakarta, which once conducted a treatment or purchased a product and also knew about the existence of celebrity endorser used by ZAP. The sample of this study was 100 respondents of ZAP consumer. The sampling technique used in this research was purposive sampling. Purposive sampling is a technique which is conducted by choosing the sample through a specific criteria. The data were collected using questionnaire and interview. The method of instrument validation was done through validity and reliability check. The data analysis technique used in this research was simple linear regression analysis. The result of this research showed that celebrity endorser had a positive influence towards brand image, and brand image had a positive influence towards the purchasing decisions of ZAP consumers in Yogyakarta.