



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Konsumen Merek *fair & Lovely* Pada Toko Obat dan Kosmetik Syakira di Airtiris Kabupaten Kampar

Oleh :

Nursilni

Penelitian ini dilakukan Pada Toko Obat dan Kosmetik Syakira di Airtiris Kabupaten Kampar, tujuan untuk mengetahui faktor – faktor apakah yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Toko Obat dan Kosmetik Syakira di Airtiris Kabupaten Kampar. Adapun sampel penelitian ini berjumlah 90 Responden. Analisis data dalam penelitian ini kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS. Berdasarkan hasil analisis menggunakan program spss terbukti bahwa secara simultan variabel *brand image* dan *celebrity endorser* terhadap keputusan konsumen sebesar 0,710 artinya 71,0% yang berarti secara bersama-sama hubungan variabel dependen kuat karena R berada diantara 0,60- . selanjutnya secara parsial variabel *brand image* t-hitung 4,230 > t tabel 1,988 berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dan variabel *celebrity endorser* t-hitung 5,003 > 1,988 tidak ada pengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Nilai Adjusted R Square 0,504 dari *brand image* dan *celebrity endorser* mempengaruhi terjadinya keputusan konsumen pada Toko Obat dan Kosmetik Syakira di Airtiris Kabupaten Kampar, sedangkan sisanya (100-50,4%= 49,6%) dipengaruhi sebab – sebab lainnya yang tidak diteliti data penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, Keputusan Konsumen