

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai permasalahan pada produk Somethinc. Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian Produk Somethinc, untuk menjelaskan pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* Produk Somethinc, untuk menjelaskan pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc, untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian Produk Somethinc melalui *Brand Image* Produk Somethinc. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*), dengan jumlah responden sebanyak 123 responden. Hasil dari penelitian ini adalah (1) *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (2) *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* (3) *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (4) *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *Brand Image*.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser, Keputusan Pembelian, dan Brand Image*

ABSTRACT

This research discusses problems with Somethinc products. The purpose of this research is to explain the influence of Celebrity Endorsers on purchasing decisions for Somethinc Products, to explain the influence of Celebrity Endorsers on the Brand Image of Somethinc Products, to explain the influence of Brand Image on Purchase Decisions for Somethinc Products, to determine the influence of Celebrity Endorsers on purchasing decisions for Somethinc Products through Brand Image Somethinc Products. This research uses a quantitative approach using the path analysis method, with a total of 123 respondents. The results of this research are (1) Celebrity Endorser has a significant influence on purchasing decisions (2) Celebrity Endorser has a significant influence on Brand Image (3) Brand Image has a significant influence on Purchase Decisions (4) Celebrity Endorsers have a significant influence on purchasing decisions through Brand Image.

Keywords: *Celebrity Endorser, Purchase Decision, and Brand Image*