

## ABSTRAK

**Rhamadhan Trias Deswan Azis, Skripsi dengan judul “ Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Produk *Fashion* Erigo di Kota Bandar Lampung”. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Teknokrat Indonesia 2023.**

Pada era modern di Indonesia saat ini *fashion* menjadi salah satu hal yang sangat dibutuhkan khususnya bagi kaum milenial. Ketertarikan konsumen terhadap barang-barang merek lokal dipengaruhi oleh berbagai faktor. Peneliti menggunakan *brand* Erigo sebagai objek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa apakah *Celebrity Endorser*, Citra Merek, Kualitas Produk berpengaruh terhadap Niat Beli produk *fashion* Erigo di Kota Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Bandar Lampung dan memiliki niat beli pada produk *fashion* Erigo. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 103 orang dengan menggunakan teknik *non-probability* sampling dan menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data pada penelitian ini adalah kuantitatif yang meliputi uji validitas, reliabilitas, uji t dan f, uji koefisien determinasi. Teknik analisis data dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *celebrity endorser*, citra merek, dan kualitas produk terhadap niat beli produk *fashion* erigo di kota Bandar Lampung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi ( $\text{sig.} < \alpha = (0,05)$ ), *celebrity endorser* menunjukkan  $0,00 < 0,05$ , citra merek menunjukkan  $0,012 < 0,05$ , kualitas produk menunjukkan  $0,12 < 0,05$ . Koefisien determinasi memperoleh 0,744 atau 74,4% *celebrity endorser*, citra merek, kualitas produk mempengaruhi niat beli. Sedangkan sisanya sebesar 25,6% niat beli dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Celebrity Endorser*, Citra Merek, Kualitas Produk dan Niat Beli

## **ABSTRACT**

**Rhamadhan Trias Deswan Azis, Skripsi dengan judul “ Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Produk *Fashion Erigo* di Kota Bandar Lampung”. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Teknokrat Indonesia 2023.**

*In the modern era in Indonesia, fashion is one of the things that is needed, especially for millenials. Consumer interest in local brand goods is influenced by various factors. Researchers used the Erigo brand as the object of research. This research aims to determine and analyze whether *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, *Product Quality* affect the *Purchase Intention* of *Erigo* fashion products in *Bandar Lampung City*. The population in this study are people who live in *Bandar Lampung City* and have the intention to buy *Erigo* fashion products. The number of samples in this study were 103 people using non-probability sampling techniques and using purposive sampling methods. Data analysis in this study is quantitative which includes validity, reliability, *t* and *f* tests, determination coefficient tests. Data analysis techniques using multiple linear regression methods. The results of this study indicate that there is an influence of celebrity endorsers, brand image, and product quality on the purchase intention of erigo fashion products in Bandar Lampung. This is indicated by the significance value (sig.)  $< \alpha = (0.05)$ , celebrity endorser shows  $0.00 < 0.05$ , brand image shows  $0.012 < 0.05$ , product quality shows  $0.12 < 0.05$ . The coefficient of determination obtained 0.744 or 74.4% celebrity endorsers, brand image, product quality influence purchase intention. While the remaining 25.6% of purchase intention is influenced by other variables not examined in this study.*

**Key words :** *Celebrity Endorser, Brand Image, Product Quality, Purchase Intention.*