

## ABSTRAK

### **Analisis Pengaruh *Celebrity Endorsement* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal (Studi Kasus pada Erigo)**

Galluh Riri Amanda.<sup>1)</sup>, Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorsement* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal Erigo di Jakarta dan Tangerang Selatan. Variabel independen pada penelitian ini yakni *Celebrity Endorsement* dan Kualitas Produk, sedangkan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan *purposive sampling* sebanyak 182 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi. Dari hasil pengujian dapat dinyatakan bahwa *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara bersama-sama *celebrity endorsement* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk lokal Erigo.

**Keywords:** *Celebrity Endorsement*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Pustaka : 49

Tahun Publikasi : 2003 - 2022