

ABSTRAK

Moh. Zainuri Anwar, NIM. 1820310181. “Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Harga dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* (Studi Kasus Produk Pond’s Men di Kudus)”.

Ponds men sebagai produk perawatan wajah untuk pria mengalami penurunan skor Top brand Index. Penurunan tersebut menunjukkan keputusan pembelian konsumen yang menurun. Dimana disebabkan penggunaan *celebrity endorsement* yaitu Rio Dewanto yang mengalami penurunan popularitas sehingga banyak konsumen yang tidak mengenalinya. Dari segi harga merek Pond’s Men jauh lebih mahal dibanding dengan merek pembersih muka lainnya misalnya Garnier dan lain-lain. Penggunaan *celebrity endorsement* yang kurang tepat mengakibatkan *brand image* Pond’s Men mengalami penurunan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorsement* terhadap *purchase intention* (studi kasus produk Pond’s Men di Kudus). Menganalisis pengaruh harga terhadap *purchase intention* (studi kasus produk Pond’s Men di Kudus). Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap *purchase intention* (studi kasus produk Pond’s Men di Kudus). Menganalisis pengaruh *celebrity endorsement*, harga dan *brand image* terhadap *purchase intention* (studi kasus produk Pond’s Men di Kudus).

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya hanya salah satu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran penelitiannya. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket atau *questionnaire*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas instrumen, deskriptif statistik, uji asumsi klasik, uji statistik yang meliputi analisis regresi berganda, uji signifikansi parameter parsial (uji statistik t), koefisien determinasi (R^2), serta uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* berpengaruh terhadap *purchase intention* produk Pond’s Men di Kudus. Selebriti yang diendorse Produk Pond’s Men adalah seorang publik figure yang dapat dipercaya sehingga responden memutuskan untuk memilih produk Produk Pond’s Men. Harga berpengaruh terhadap *purchase intention* produk Pond’s Men di Kudus. Harga produk Pond’s Men dapat dijangkau dan sesuai dengan daya beli konsumen sehingga responden memutuskan untuk membeli produk perawatan wajah dengan merek Pond’s Men. *Brand image* berpengaruh terhadap *purchase intention* produk Pond’s Men di Kudus. Produk Pond’s Men memiliki citra produk yang berkualitas sehingga responden memutuskan untuk membeli produk perawatan wajah dengan merek Pond’s Men.

Kata Kunci : *Celebrity Endorsement*, *Harga*, *Brand Image*, *Purchase Intention*