

INTISARI

Celebrity Endorser, Kepercayaan dan Kualitas Produk merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian. Konsumen dalam memutuskan pembeliannya dapat didorong dengan adanya Word Of Mouth yang diterima. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Celebrity Endorser, Kepercayaan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian baik secara langsung maupun tidak langsung melalui World Of Mouth. Populasi dalam penelitian ini adalah wanita pengguna sosial media instagram di kota Surabaya yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (infinite). Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel 100 responden. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah path analysis dan sobel test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Celebrity Endorser dan Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Word Of Mouth tidak memediasi pengaruh Celebrity Endorser, Kepercayaan, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti Word Of Mouth tidak dapat mendorong atau mengarahkan konsumen untuk melakukan keputusan pembeliannya pada produk fashion yang dijual via Instagram.

Kata Kunci: Celebrity Endorser, Kepercayaan, Kualitas Produk dan Word Of Mouth

ABSTRACT

Celebrity Endorser, Trust and Product Quality are some factors that can influence consumers in making Purchase Decision. Consumers in deciding their purchase may be encouraged by the acceptable Word Of Mouth. The purpose of this study is to determine the effect of Celebrity Endorser, Trust and Product Quality to Purchase Decision either directly or indirectly through World Of Mouth. The population in this study was female social media users instagram in Surabaya city that the number is not known for certain (infinite). The sampling technique used is purposive sampling with the sample number of 100 respondents. The data analysis technique used is path analysis and sobel test. The result of research shows that Celebrity Endorser and Trust have no significant effect on Purchasing Decision, while Product Quality has significant effect to Purchasing Decision and Word Of Mouth does not mediate Celebrity Endorser, Trust, Product Quality to Purchase Decision. This means Word Of Mouth can not encourage or direct consumers to make purchasing decisions on fashion products sold via Instagram.

Keywords: Celebrity Endorser, Trust, Product Quality and Word Of Mouth