

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan terkait Celebrity Endorser, dan Brand Image Pengunjung Shopee di Indonesia. Berdasarkan hasil pra survey, secara keseluruhan pengunjung Shopee di Indonesia mengatakan Celebrity Endorser yang digunakan Shopee kurang disukai public dan mengatakan bahwa Shopee merupakan tempat yang kurang nyaman untuk berbelanja. Hal ini merupakan permasalahan yang harus segera dicari solusinya oleh perusahaan. Apabila hal ini dibiarkan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan dimasa yang akan datang, perusahaan akan kehilangan konsumen karena tidak dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumennya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling jenis Purposive Sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif Celebrity Endorser, Brand Image, dan Purchase Decision secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Hasil teknik analisis regresi linier berganda menunjukkan Celebrity Endorser dan Brand Image dengan variabel Purchase Decision memiliki pengaruh yang positif/searah. Besarnya pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Purchase Decision pengunjung Shopee di Indonesia. Hal ini dapat dilihat secara parsial Celebrity Endorser tidak berpengaruh signifikan terhadap Purchase Decision. Secara parsial Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Purchase Decision.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser, Brand Image, Purchase Decision.*