

ABSTRAK

Celebrity endorser adalah tokoh (aktor, penghibur, atau atlet) yang dikenal masyarakat karena prestasinya di dalam bidang-bidang yang berbeda dari golongan produk yang didukung. Para pengiklan dan biro-biro periklanan bersedia membayar harga yang tinggi kepada kaum selebriti tersebut yang disukai dan dihormati oleh khalayak yang menjadi sasaran dan yang diharapkan akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen yang baik terhadap produk yang didukung. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar pengaruh *celebrity endorser* Risa Suseanty terhadap keputusan pembelian sepeda Wimcycle Agent Series.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausal, dengan menggunakan teknik analisis statistik regresi linier sederhana dan metode teknik sampling *stratified Random Simple*. Dengan pengambilan sampel yaitu responden member komunitas pengguna Wimcycle Agent Series yang terbagi menjadi Thrill Agent 4X Rider dan Adrenaline Agent Forum Indonesia.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai $f_{hitung} (148,434) > f_{tabel} (3,955)$. Berdasarkan uji koefisien determinasi, *celebrity endorser* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan persentase pengaruh sebesar 64,48% Sedangkan sisanya sebesar 35,52% dipengaruhi oleh faktor lain.

Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan serta lebih berhati-hati dalam pemilihan *celebrity endorser*. Hal ini dikarenakan secara keseluruhan berdasarkan hasil deskriptif penelitian dilihat pada garis kontinum sudah berada dalam kategori baik.

Kata Kunci: Celebrity Endorser, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Celebrity endorser is figure (actor, entertainer, or athlete) which is well recognized by people because of their achievement at different sectors from class product which is supported. Advertisers willing to pay with high price to celebrity that loved and respected by target market. This can make good influence of consumer behaviour for supported product. This research objective is to have know how much purchasing decision influenced by celebrity endorser Risa Suseanty at Wimcycle Agent Series.

Kind of research that is used in this research is descriptive research and causal research, that used simple linier regression statistic analysis technique and stratified Random Simple technique method. Samle for this research are members of Wimcycle Agent Series user community (Thrill Agent 4x Rider and Adrenaline Agent Forum Indonesia)

Based on hypothesis test result simultaneously celebrity endorser has significant influence for purchase decision , it is proved with value $f_{calculate}$ (148,434) > f_{table} (3,955). Based on determination coefficient test, celebrity endorser give significant influence toward purchase decision with 64,48%, and 35,52% are influenced by other factors.

Company should be carefull at chosing celebrity endorser. This is because as a whole based on the results of a descriptive study of the continuum seen in the line is already in either category

Key Words: Celebrity Endorser, Purchase Decision