

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
EVOLINE DI GYM KOTA SUNGAI PENUH**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAMKERINCI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SUNGAI PENUH

2023

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN EVOLENE DI GYM KOTA SUNGAI PENUH

FRANSISKO ADIMAS

Pembimbing: GAMPO HARYONO, S.E., M.M

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1. Apakah terdapat pengaruh Celebrity endorser terhadap keputusan pembelian Evolene di Kota Sungai Penuh dan seberapa besar pengaruhnya? 2. Apakah terdapat pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian Evolene di Kota Sungai Penuh dan seberapa besar pengaruhnya? 3. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Evolene di Kota Sungai Penuh dan seberapa besar pengaruhnya? 4. Apakah terdapat pengaruh Celebrity endorser, brand image dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Evolene di Kota Sungai Penuh dan seberapa besar pengaruhnya? Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil Penelitian yaitu; 1. Secara parsial terdapat pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Evolene di Gym Kota Sungai Penuh dan besar pengaruhnya adalah sebesar 17,30%. 2. Secara parsial terdapat pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Evolene di Gym Kota Sungai Penuh dan besar pengaruhnya adalah sebesar 18,56%. 3. Secara parsial terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Evolene di Gym Kota Sungai Penuh dan besar pengaruhnya adalah sebesar -1,19%. 4. Secara simultan terdapat pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Evolene di Gym Kota Sungai Penuh dan besar pengaruhnya adalah sebesar 34,7%.

Kata Kunci : Celebrity Endorser, Brand Image, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, AND
LIFESTYLE ON EVOLENE PURCHASE DECISIONS IN
SUNGAI PENUH CITY GYM**

FRANSISKO ADIMAS

Advisor : **GAMPO HARYONO, S.E.,M.M**

Management Study Program

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRACT

This study aims to determine: 1. Is there any influence of celebrity endorsers on purchasing decisions for Evolene in the City of Sungai Penuh and how big is the influence? 2. Is there any influence of brand image on purchasing decisions of Evolene in the City of Sungai Penuh and how big is the influence? 3. Is there an influence of lifestyle on Evolene's purchasing decisions in Sungai Penuh City and how big is the influence? 4. Is there influence of celebrity endorsers, brand image and lifestyle on purchasing decisions of Evolene in the City of Sungai Penuh and how big is the influence? The research methodology used is descriptive qualitative and quantitative descriptive approaches. Research results namely; 1. Partially, there is the influence of Celebrity Endorser on Evolene Purchasing Decisions at the City of Sungai Penuh Gym and the magnitude of the influence is 17.30%. 2. Partially, there is an influence of Brand Image on Evolene Purchasing Decisions at the City of Sungai Penuh Gym and the magnitude of the effect is 18.56%. 3. Partially, there is the influence of Lifestyle on Evolene's Purchase Decision at the Sungai Penuh City Gym and the magnitude of the influence is -1.19%. 4. Simultaneously there is the influence of Celebrity Endorser, Brand Image and Lifestyle on Evolene's Purchasing Decisions at the City of Sungai Penuh Gym and the magnitude of the influence is 34.7%.

Keywords: Celebrity Endorser, Brand Image, Lifestyle, Purchase Decision.