

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI PADA ES GILA DUREN SOLO (Survey Pada Konsumen Gila Duren Di Kota Solo). 2021.

RINDANA NOPTRIENTY HUTAGAOL. 17.13.0292

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, *brand image*, dan *celebrity endorser* terhadap minat beli pada es gula duren solo. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen es gila duren di kota solo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Menggunakan rumus Hair et al Pada penelitian ini jumlah sampel sebesar 90 orang yang berasal dari konsumen Gila Duren. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang didasarkan pada kriteria skala *Likert*. Analisis data melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan uji-t, uji-F dan koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan SPSS versi 15.

Hasil penelitian ditemukan bahwa secara simultan kualitas produk, *brand image* dan *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada es gula duren solo.

Kata kunci : *kualitas produk, brand image, celebrity endorser, minat beli*

