

# **PENGARUH EKUITAS MEREK, *CELEBRITY ENDORSER* DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU COMPASS DI KOTA DENPASAR**

## **ABSTRAK**

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence, people, process*. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ekuitas merek, *celebrity endorser* dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian sepatu Compass di Kota Denpasar. Penelitian ini dilaksanakan di sekitaran Kota Denpasar yang menjadi pusat aktivitas dan perekonomian yang ada di Provinsi Bali.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sepatu Compass di sekitaran Kota Denpasar yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, diperoleh 100 responden yang diambil dari konsumen sepatu Compass disekitaran Kota Denpasar. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Najwa Shihab sebagai *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel inovasi produk merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Ekuitas Merek, *Celebrity Endorser*, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian

UNMAS DENPASAR