

Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Pada *Coffeshop* Ruang Bebas Kopi Di Denpasar

Abstrak

Minat beli (*purchase intention*) adalah keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen terhadap suatu produk. Adapun factor yang mendukung minat beli adalah minat konsumen untuk membeli dipengaruhi oleh beberapa factor yaitu *celebrity endorser*, *brand image* dan *brand trust* terhadap minat beli pada *Coffeshop* Ruang Bebas Kopi Di Denpasar.

Lokasi penelitian ini beralamat di Jalan WR. Supratman no. 236, Kesiman Petilan, Denpasar, dengan objek penelitian ini adalah mengukur *celebrity endorser*, *brand image* dan *brand trust* terhadap minat beli pada *Coffeshop* Ruang Bebas Kopi di Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Coffeshop* Ruang Bebas Kopi di Denpasar yang jumlahnya tidak diketahui pasti, dengan jumlah sampel penelitian 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli Pada *Coffeshop* Ruang Bebas Kopi Di Denpasar, *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli Pada *Coffeshop* Ruang Bebas Kopi Di Denpasar, *Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli Pada *Coffeshop* Ruang Bebas Kopi Di Denpasar. Diharapkan pada peneliti selanjutnya tidak berpaku pada faktor-faktor dalam penelitian ini yaitu *Celebrity endorser*, *brand trust* dan *Brand image*, namun dapat menambah faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi Minat beli.

Kata kunci: *celebrity endorser*, *brand image*, *brand trust*, minat beli.

Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Pada *Coffeshop Ruang Bebas Kopi* Di Denpasar

Abstrak

Purchase intention is the desire that arises in consumers towards a product as a result of a process of observing and learning consumers about a product. The factors that support buying interest are consumer interest in buying influenced by several factors, namely celebrity endorsers, brand image and brand trust on buying interest at Coffeshop Ruang Bebas Kopi in Denpasar.

The location of this research is located at Jalan WR. Supratman no. 236, Kesiman Petilan, Denpasar, with the object of this study measuring celebrity endorsers, brand image and brand trust on buying interest at Coffeshop Ruang Bebas Kopi in Denpasar. The population in this study were consumers of the Coffeshop Ruang Bebas Kopi in Denpasar whose number is not known for certain, with a total sample of 100 respondents. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis.

The results of the study show that celebrity endorsers have a positive and significant effect on purchase intention at the Coffeshop Ruang Bebas Kopi in Denpasar, Brand image has a positive and significant effect on purchase intention at the Coffeshop Ruang Bebas Kopi in Denpasar, Brand trust has a positive and significant effect on Purchase intention at the Coffeshop Ruang Bebas Kopi in Denpasar. It is hoped that future researchers will not stick to the factors in this study, namely celebrity endorsers, brand trust and brand image, but can add other factors that might influence purchase intention.

Keywords: *celebrity endorser, brand image, brand trust, purchase intention.*

UNMAS DENPASAR