

PENGARUH CELEBRITY *ENDORSEMENT* MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, PERSEPSI HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI PADA TIUK BALI

ABSTRAK

Minat beli merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli antara lain celebrity endorsement, persepsi harga dan brand image. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh celebrity endorsement, harga, dan brand image terhadap minat beli produk Tiuk Bali. Lokasi penelitian di Toko Tiuk Bali yang terletak di Jalan Pulau Riau, Kecamatan Denpasar Barat, Kabupaten Denpasar, Provinsi Bali. Objek penelitian konsumen yang membeli produk Tiuk Bali yang terkait dengan celebrity endorsement, persepsi harga, dan brand image terhadap minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah yang pernah bertransaksi dan melakukan pembelian produk Tiuk Bali lebih dari satu kali. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik non-probability sampling, dan sampel penelitian yaitu 80 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan celebrity endorsement, persepsi harga, dan brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Tiuk Bali.

Kata Kunci: *Celebrity Endorsement*, Persepsi Harga, *Brand Image*, Dan Minat Beli.



UNMAS DENPASAR

ABSTRACT

Purchase intention is a consumer behavior where consumers have a desire to choose, use, and consume or even want a product offered. factors that influence purchase intention include celebrity endorsements, price perceptions and brand image. This study aims to determine and analyze the influence of celebrity endorsement, price, and brand image on buying interest of Tiuk Bali products. The research location is at the Bali Tiuk Shop which is located on Jalan Pulau Riau, West Denpasar District, Denpasar Regency, Bali Province. The object of research is consumers who buy Tiuk Bali products related to celebrity endorsements, price perceptions, and brand image on purchase intention. The population in this study were those who successfully transacted and purchased Tiuk Bali products more than once. Sampling in this study was carried out using a non-probability sampling technique. and the research sample is 80 respondents. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results showed that celebrity endorsements, price perceptions, and brand image had a positive and significant effect on purchase intention at Tiuk Bali.

Keywords: Celebrity Endorsement, Price Perception, Brand Image, And Buying Interest.

