

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Brand Trust*, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Herbal Tiens Group (Studi Kasus Masyarakat Di Kabupaten Trenggalek)” ditulis oleh Eka Ila Komariah NIM: 126402202093. Dengan dosen pembimbing Dr. Sutopo. M.Pd

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Tiens Group berhasil tampil sebagai gaya hidup pilihan dalam bidang kesehatan, kecantikan, serta menciptakan kebahagiaan dan kesejahteraan bagi lebih dari 20 juta keluarga di seluruh dunia. variabel keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel diantaranya *celebrity endorsement*, *brand trust*, dan *brand image*

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Celebrity endorsement* terhadap Keputusan Pembelian pada produk herbal Tiens (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Trenggalek), 2) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Brand trust* terhadap Keputusan Pembelian pada produk herbal Tiens (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Trenggalek), 3) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada produk herbal Tiens (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Trenggalek), 4) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Brand Trust* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada produk herbal Tiens (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Trenggalek)

Metode penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, yaitu masyarakat yang melakukan pembelian langsung pada produk Tiens Group di Kabupaten Trenggalek. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan kuesioner penelitian kepada responden. Selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan 4) *celebrity endorsement*, *brand trust*, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Tiens Group pada Masyarakat di Kabupaten Trenggalek.

**Kata Kunci:** *Celebrity Endorsement*, *Brand Trust*, *Brand Image*, dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "The Effect of Celebrity Endorsement, Brand Trust, and Brand Image on Purchasing Decisions on Herbal Products Tiens Group (Case Study of People in Trenggalek Regency)" is researched by Eka Ila Komariah NIM: 126402202093. and Advised by Dr. Sutopo. M.Pd*

*This research is motivated by Tiens Group successfully appearing as a lifestyle of choice in the fields of health, beauty, and creating happiness and well-being for more than 20 million families around the world. purchasing decision variables can be influenced by several variables including celebrity endorsement, brand trust, and brand image. T*

*he objectives of this research are: 1) To determine whether there is an influence of Celeirity endorsement on Purchasing Decisions on Tiens herbal products (Case Study of Trenggalek Regency Community), 2) To determine whether there is an influence of Brand trust on Purchasing Decisions on Tiens herbal products (Case Study of Trenggalek Regency Community), 3) To determine whether there is an influence of Brand Image on Purchasing Decisions on Tiens herbal products (Case Study of Trenggalek Regency Community),4) To determine whether there is an influence of Celebrity Endorsement, Brand Trust and Brand Image on Purchasing Decisions on Tiens herbal products (Case Study of Trenggalek Regency Community). Translated with DeepL.com (free version)*

*The research method was carried out used a quantitative approach. The number of samples used was 100 respondents, namely people who made direct purchases of Tiens Group products in Trenggalek Regency. Sampling was carried out using a non-probability sampling technique with the accidental sampling method. The data collection technique was carried out by giving research questionnaires to respondents. Next, the questionnaire data was analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, T tests, F tests, and coefficient of determination tests.*

*The results of the research are 1) celebrity endorsement partially has a positive and significant effect on purchasing decisions, 2) brand trust partially has a positive and significant effect on purchasing decisions, 3) brand image partially has a positive and significant effect on purchasing decisions, 4) celebrity endorsement, brand trust, and brand image have a partial effect on purchasing decisions. Simultaneously has a positive and significant effect on purchasing decisions for Tiens Group products in the community in Trenggalek Regency.*

**Keywords:** *Celebrity Endorsement, Brand Trust, Brand Image, and Purchase Decisions*