

ABSTRAK

Nama : Nadia
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Product Knowledge* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime Di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorsement*, *product knowledge* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Luxcrime di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* dan *product knowledge* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Luxcrime. Namun, *brand image* memiliki pengaruh negative signifikan terhadap keputusan pembelian produk Luxcrime, yang berarti bahwa semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap *brand image* Luxcrime, maka semakin rendah keputusan pembelian produk Luxcrime. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pemasaran produk Luxcrime dan memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan produknya.

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

ABSTRACT

Name : Nadia
Study Program : Management
Title : The Influence of Celebrity Endorsement, Product Knowledge, and Brand Image on Luxcrime Purchase Decisions among Students of the Faculty of Economics and Business at Malikussaleh University.

This study aims to analyze the influence of celebrity endorsement, product knowledge, and brand image on purchasing decisions of Luxcrime products among students of the Faculty of Economics and Business at Malikussaleh University. This study uses a quantitative research method with purposive sampling technique. The analytical method used is multiple linear regression. The results show that celebrity endorsement and product knowledge have a significant positive effect on purchasing decisions of Luxcrime products. However, brand image has a significant negative effect on purchasing decisions of Luxcrime products, which means that the higher the students' perception of Luxcrime's brand image, the lower the purchasing decision of Luxcrime products. This study contributes to the development of marketing strategies for Luxcrime products and provides useful information for companies to increase product sales.

Keywords : *Celebrity Endorsement, Product Knowledge, Brand Image, Purchase Decision.*