

ABSTRAK

Bona Raja Saputra Siregar, No.BP 16101155310126, Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (2020), Pengaruh Desain Produk dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Fino 125 dengan *Brand Image* sebagai variabel intervening (studi kasus pada masyarakat Lubuk Begalung Kota Padang), dibawah bimbingan Bapak Dr. Yulasmu., SE.MM dan Bapak Sigit Sanjaya, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh Pengaruh Desain produk dan *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* dan seberapa besar pengaruh Pengaruh Desain Produk, *Celebrity Endorser* , dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisisioner, dengan sampel 100 responden yang di dapat dengan rumus *slovin* pada populasi Masyarakat Lubuk Begalung Kota Padang sebanyak 125.032 jiwa. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *non probability* sampling dengan *purposive* sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis korelasi, regresi linear berganda dan analisis jalur (*Path Analysis*) menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh Desain Produk dan *Celebrity Endorser* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* sepeda motor Yamaha Fino 125. Berdasarkan Uji Simultan (Uji F) diperoleh Desain Produk dan *Celebrity Endorser* secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* sepeda motor Yamaha Fino 125.

Dan juga hasil penelitian berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh, Desain Produk, *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Fino 125, Serta berdasarkan Uji Simultan (Uji F) diperoleh Desain Produk, *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Fino 125.

Kontribusi Desain Produk dan *Celebrity Endorser* terhadap variabel *Brand Image* adalah sebesar 44,5% sisanya 55,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Kemudian Kontribusi Desain Produk, *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 75,6% sisanya 24,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : Desain Produk, *Celebrity Endorser* , *Brand Image*, Keputusan Pembelian