

## ABSTRAK

**Khaira Al Anaya, NPM : 71200312071, Judul : Pengaruh *Celebrity Endorse*, *Social Media Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Erigo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara (Studi Kasus Mahasiswa/i Prodi Manajemen), Dibimbing Oleh : Dr. Eddi Suprayitno, SE., M.M sebagai Dosen Pembimbing I dan M. Tahir, S.E., M.M sebagai Dosen Pembimbing II, Skripsi 2024**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Celebrity Endorse*, *Social Media Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Erigo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara. Pada masa sekarang ini, semakin banyak anak muda yang peduli terhadap fashion. Dalam dunia usaha ada hal yang tidak dapat dihindarkan, salah satunya adalah persaingan pasar. Setiap perusahaan akan berusaha untuk mencapai tujuan dengan efektif dan efisien, ini dilakukan agar perusahaan mampu bersaing dengan kompetitor dan meningkatkan penjualannya. Namun ada terdapat beberapa hal yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti, *Celebrity Endorse*, *Social Media Marketing* dan Kualitas Produk yang baik serta unggul yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Penelitian dilakukan pada Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara dengan sampel penelitian berjumlah 89 orang yang telah membeli produk Erigo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *total sampling*. Metode yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Celebrity Endorse* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Erigo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara. (2) *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Erigo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara. (3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Erigo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara.

**Kata Kunci :** *Celebrity Endorse*, *Social Media Marketing*, Kualitas Produk

## **ABSTRACT**

***Khaira Al Anaya, NPM: 71200312071, Title: Influence Celebrity Endorse, Social Media Marketing and Product Quality on Erigo Purchasing Decisions among Students at the Faculty of Economics, Islamic University of North Sumatra (Case Study of Management Study Program Students), Supervised by: Dr. Eddi Suprayitno, SE., M.M as Supervisor I and M. Tahir, S.E., M.M as Supervisor II, Thesis 2024***

*This research aims to determine and analyze the influence Celebrity Endorse, Social Media Marketing and Product Quality on Erigo Purchasing Decisions among Students at the Faculty of Economics, Islamic University of North Sumatra. Nowadays, more and more young people care about fashion. In the business world there are things that cannot be avoided, one of which is market competition. Every company will try to achieve its goals effectively and efficiently, this is done so that the company is able to compete with competitors and increase its sales. However, there are several things that influence purchasing decisions such as, Celebrity Endorse, Social Media Marketing and good and superior product quality provided by the company. The research was conducted on students at the Faculty of Economics, Islamic University of North Sumatra with a research sample of 89 people who had purchased Erigo products. The sampling technique used is total sampling. The method used is the multiple regression analysis method. This type of research is associative research. The research results show that: (1) Celebrity Endorse has a positive and significant effect on Erigo Purchase Decisions for Students at the Faculty of Economics, Islamic University of North Sumatra. (2) Social Media Marketing has a positive and significant effect on Erigo Purchase Decisions for Students at the Faculty of Economics, Islamic University of North Sumatra. (3) Product quality has a positive and significant effect on Erigo purchasing decisions among students at the Faculty of Economics, Islamic University of North Sumatra*

***Keywords : Celebrity Endorse, Social Media Marketing, Product quality***