BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu mengenai Pengaruh Periklanan Menggunakan *Celebrity Endorser* Ringgo Agus Rahman Terhadap Keputusan Pembelian CDMA Esia Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu *Celebrity Endorser* Ringgo Agus Rahman sebagai variabel independen (*indevendent variable*) atau variabel bebas. Dan Keputusan Pembelian CDMA Esia pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia sebagai variabel dependen (*devendent variable*) atau variabel tak bebas.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan rancangan korelasional yaitu penelitian yang dilakukan untuk melihat keterkaitan periklanan menggunakan *celebrity endorser* (*independent variable*) terhadap keputusan pembelian (*dependent variable*). Penelitian ini di desain dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Periklanan Menggunakan *Celebrity Endorser* Ringgo Agus Rahman Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia pada iklan produk CDMA Esia.