ABSTRAK

RESA PURWADI GUMILAR ***"The Influrnce of Celebrity Endorser Koil Band and Brand Equity Has Impact Buying Decision Products T-shirt In God Inc Clothing Bandung"*****, dibawah bimbingan Drs. Rahma Wahdiniwaty, M.Si**

Kegiatan promosi memjadi salah satu strategi yang banyak digunakan oleh para pengusaha clothing untuk menarik minat beli konsumen. Dalam kegiatan promosi biasanya para pengusaha clothing menggunakan celebrity endorser untuk memperkenalkan produknya ke masyarakat luas. Hal tersebut dikatakan sangat efektif karena pada dasarnya para celebrity ini merupakan public figure yang tidak sedikit dijadikan panutan oleh masyarakat khususnya dalam bidang fashion. God Inc merupakan perusahaan dalan bidang fashion. Dalam kegiatan promosinya God Inc menggunakan salah satu celebrity yang berasal dari dunia music yaitu band Koil. Band Koil ini diharapkan bisa meningkatkan kepputusan pembelian konsumen agar perusahaan tersebut medapatkan profit.

Selain Strategi diatas, ada strategi yang tidak kalah pentingnya yaitu brand equity. Strategi ini mempunyai peranan penting bagi para pengusaha clothing, kususnya untuk perusahaan clothing God Inc. Brand equity atau biasa disebut kekuatas merek mempunyai peranan untuk menjadi pondasi bagi kelangsungan bisnis di God Inc. Salah satu contoh usaha God Inc untuk memperbaiki/membangun brand equity ialah dengan penggatian nama yang asalnya Ominnium menjadi God Inc lengkapnya God Incoperated. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan konsumen God Inc mengenai celebrity endorser band Koil dan brand equity terhadap keputusan pembelian serta menguji pengaruh pada variabel tersebut.

Metoda yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survai dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, kuisoner, wawancara, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini diambil dari laporan penjuialan t-shirt selama bualan dengan hasil responden 60. Metode analisis menggunakan koefisien korelasi produk moment methhod dengan menggunakan rumus pearson.

Hasil penelitian untuk celebrity endorser menunjukan hasil yang cukup menarik, untuk brand equity menunjukan hasil cukup tinggi dan keputusan pembelian menunjukan cukup baik. Selanjutnya hasil penelitian celebrity endorser dan brand equity terhadap keputusan pemnbelian konsumen clothing God Inc menunjukan tingkat hubungan yang cukup baik, dengan kontribusi pengaruh kedua variabel dependen sebesar 37.75%, sisanya 62.25% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti oleh penulis, seperti harga, kualitas produk, atmosfer toko, citra merek dan lain-lain.

Kata kunci : *Celebrity Endorser, Brand Equity dan Buying Decisions t-shirt God Inc*

ABSTRACT

Resa Purwadi Gumilar *"The Influrnce of Celebrity Endorser Koil Band and Brand Equity Has Impact Buying Decision Products T-shirt In God Inc Clothing Bandung",* under the guidance of Drs.Rahma Wahdiniwaty, M.Si

Promotional activities become one of many strategies used by entrepreneurs to buy clothing to attract consumers. In the normal promotional clothing usually use a celebrity endorser entrepreneurs to introduce their products to the public. It is said to be very effective because it is basically the celebrity is a public figure who made a role model by not a few people, especially in the field of fashion. God Inc. is a role in the field of fashion. In its promotional activities of God Inc using one celebrity that comes from the world of music that the band Koil. Koil band is expected to increase consumer purchases Decisions firms to earn a profit.

In addition to the above strategy, there is no less important strategies, namely brand equity. This strategy has an important role for entrepreneurs clothing, clothing company specialy for God Inc. Brand equity or power of brand called have a role to be the foundation for business continuity in God Inc. One example of God Inc business to improve / build brand equity is the name of the original Ominnium God be God Inc Incoperated details. The purpose of this study was to determine consumer response to celebrity endorser of God Inc Koil band and brand equity on purchase decisions as well as examine the effect on these variables.

The methods used in this study is a survey method with qualitative and quantitative approaches. Data collection techniques with the observation, questionnaires, interviews, and documentation. The population in this study were drawn from the report sale t-shirt during the crap with the results of 60 respondents. Method of analysis using the product moment correlation coefficient using the formula methhod Pearson.

The results for the celebrity endorser show results quite interesting, to brand equity is quite high and show the results showed fairly good buying decision. Further research celebrity endorser and brand equity of consumer buying decisions clothing God Inc showed a fairly good level of relations, with the contribution of the effects of both the dependent variable of 37.75%, the remaining 62.25% influenced by other factors not examined by the authors, such as price, quality product , the atmosphere, brand image and others.

Key words: Celebrity endorsers, Brand Equity and Buying Decisions t-shirt God