

## ABSTRAK

**Nama** : Anisa Rumaida  
**Program Studi** : Manajemen  
**Judul** : Model keputusan pembelian : Analisis artist endorsement, harga, dan citra merek (studi kasus : Scarlett x EXO)  
**Dosen Pembimbing** : Afina Putri Vindiana, S.Si, M.S.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam kasus Scarlett xEXO. Studi ini fokus pada tiga variabel utama: Artist endorsment, harga, dan citra merek, untuk memahami dampak terhadap keputusan pembelian. Metode analisis yang digunakan meliputi pengumpulan data melalui kuesioner, Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. penelitian ini di analisis menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan Square (PLS) dan menggunakan Software SmartPLS4. hasil penelitian dalam penelitian ini meungkukan bahwa : Uji Goodness of Fit (GoF) dalam penelitian ini mencapai 0.386, yang artinya variabel yang sedang diteliti dalam penelitian ini termasuk dalam kategori besar. Pada penelitian ini Artist Endorsment berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan , dengan nilai p variabel sebesar 0,000 dan nilai statistik T 7.943. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai p variabel sebesar 0,023 dan nilai statistik T 2.269. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena dengan nilai p variabel sebesar 0,923. Dari penelitian ini di dapat bahwa model keputusan pembelian produk Scarlett x EXO, untuk variabel harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Faktor yang lebih berperan adalah Artist Endorsement dan Citra Merek, Ini mengindikasikan bahwa, dalam kasus ini, faktor non-harga memiliki dampak yang lebih besar dalam memotivasi konsumen untuk memilih produk tersebut.

**Kata Kunci** : *Artist endorsement, citra merek, harga, dan Keputusan pembelian*

## ABSTRACT

**Name** : Anisa Rumaida  
**Study Program** : Management  
**Title** : Purchasing decision model: Analysis of artist endorsement, price, and brand image (case study: Scarlett x EXO)  
**Supervisor** : Afina Putri Vindiana, S.Si, M.S.M

*This research aims to analyze the factors that influence consumer purchasing decisions in the case of Scarlett xEXO. This study focuses on three main variables: Artist endorsement, price, and brand image, to understand the impact on purchasing decisions. The analytical method used includes data collection through questionnaires. The sample in this study was 100 respondents. This research was analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) analysis using Square (PLS) and using SmartPLS4 software. The results of the research in this study confirmed that: The Goodness of Fit (GoF) test in this study reached 0.386, which means variable which is being studied in this research is included in the large category. in this research, Artist Endorsement has a significant effect on purchasing decisions with , with a variable p value of 0.000 and a T statistical value of 7.943. Brand image has a significant effect on purchasing decisions, with a variable p value of 0.023 and a T statistical value of 2,269. Price does not have a significant effect on purchasing decisions because the variable p value is 0.923. From this research, it can be seen that the purchasing decision model for Scarlett x EXO products, for the price variable, does not have a significant influence on purchasing decisions. The factors that play a greater role are Artist Endorsement and Brand Image. This indicates that, in this case, non-price factors have a greater impact in motivating consumers to choose the product.*

**Keywords:** *Artist endorsement, brand image, price, and purchasing decisions*