

ABSTRACT

VIRAL MARKETING, CELEBRITY ENDORSEMENT AND BRAND IMAGE AS DETERMINING FACTORS IN PURCHASE DECISION (Survey on Revlon Brand Cosmetics in Tasikmalaya)

Compiled by:

Bahari Atsal Darmawan

218334018

Guided By:

Guide I : H. Kartawan

Guide II : Yusuf Abdullah

The objectives of this research were to find out and analyze viral marketing, celebrity endorsement, brand image, and purchasing decisions for Revlon brand cosmetics in Tasikmalaya. As well as the influence of viral marketing, celebrity endorsement, and brand image partially and simultaneously on purchasing decisions for Revlon brand cosmetics in Tasikmalaya.

The research method used in this study is a survey method, and the types of data used in this study are primary and secondary data. The object of this research is Revlon brand cosmetics consumers in Tasikmalaya, with the sampling technique being purposive sampling. The data analysis technique used is path analysis.

The results of this test prove that partially and simultaneously, viral marketing, celebrity endorsement, and brand image have a significant effect on purchasing decisions for Revlon brand cosmetics in Tasikmalaya.

Keywords: brand image, celebrity endorsement, purchase decision, viral marketing.

ABSTRAK

***VIRAL MARKETING, CELEBRITY ENDORSEMENT DAN BRAND IMAGE* SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey Pada Kosmetik Merk Revlon Di Tasikmalaya)**

Oleh:

**Bahari Atsal Darmawan
218334018**

Dibawah Bimbingan:

Pembimbing I : H. Kartawan

Pembimbing II: Yusuf Abdullah

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis *viral marketing, celebrity endorsement, brand image* dan keputusan pembelian kosmetik merk Revlon di Tasikmalaya. Serta pengaruh *viral marketing, celebrity endorsement, dan brand image* secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik merk Revlon di Tasikmalaya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Objek penelitian ini adalah Konsumen kosmetik merk Revlon di Tasikmalaya, dengan teknik penarikan sampel menggunakan metode sampel *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil pengujian ini membuktikan bahwa secara parsial dan simultan *viral marketing, celebrity endorsement, dan brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik merk Revlon di Tasikmalaya.

Kata Kunci: *brand image, celebrity endorsement, keputusan pembelian, viral marketing.*