

ABSTRAK

Pengaruh *Celebrity Endorse* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Busana Muslim Pada Rabbani Bunker Palembang

**DIAN OKTA RIANI
1830602182**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorse* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Busana Muslim Pada Rabbani Bunker Palembang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan menggunakan dan menyebarkan kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini belum diketahui dengan pasti, karena peneliti akan mengambil populasi pada seluruh konsumen Rabbani Bunker Palembang yang telah melakukan pembelian produk dari Rabbani lebih dari satu kali.

Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *Lemeshow*, melalui perhitungan dari rumus tersebut diperoleh jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebesar 96,4 yang dibulatkan menjadi 100 orang dari *best autoworks* dari Rabbani Bunker Palembang. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS 22 yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorse* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kembali. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kembali. *Celebrity Endorse* dan *Brand Image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan Keputusan Pembelian Kembali.

Kata kunci: *Celebrity Endorse*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian Kembali.

ABSTRACT

The Influence of Celebrity Endorse and Brand Image on Muslim Clothing Repurchase Decisions at Rabbani Bunker Palembang

**DIAN OKTA RIANI
1830602182**

This study aims to determine The Influence of Celebrity Endorse and Brand Image on Muslim Clothing Buyback Decisions at Rabbani Bunker Palembang. This type of research is quantitative research with data collection techniques using and distributing questionnaires.

The population in this study is not known with certainty, because the researchers will take the population of all consumers of Rabbani Bunker Palembang who have purchased products from Rabbani more than once.

The sampling technique used was the Lemeshow formula, through the calculation of the formula, the number of samples in this study was 96.4 which was rounded up to 100 people from the best autoworks from Rabbani Bunker Palembang. The data analysis technique in this study used SPSS 22 software which consisted of validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple regression analysis.

The results showed that Celebrity Endorse had a positive and significant effect on Buyback Decisions. Brand Image has a positive and significant effect on Buyback Decisions. Celebrity endorsement and brand image simultaneously have a positive and significant effect on repurchase decisions.

Keywords: Celebrity Endorse, Brand Image, Repurchase Decisions