

Pengaruh *Celebrity endroser*, *Brand trust*, Dan Kecintaan Produk Lokal Terhadap Keputusan Pembelian ERIGO APPAREL (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Pontianak)

Vanny Niarni Situmorang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity endroser*, *Brand trust*, dan Kecintaan Produk Lokal Terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan metode survei. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal, dan teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui aplikasi *google form*. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di kota Pontianak yang memiliki produk ERIGO APPAREL. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *non prt obability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan alat analisis yaitu *analysis path* (analisis jalur) dengan menggunakan SPSS *for windows* versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity endroser* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Brand trust* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kecintaan Produk Lokal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Celebrity endroser*, *Brand trust*, Kecintaan Produk Lokal, Keputusan Pembelian.

***The Influence of Celebrity endroser, Brand trust, and Love for Local Products
on ERIGO APPAREL Purchasing Decisions
(Case Study on Generation Z in Pontianak City)***

Vanny Niarni Situmorang

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Celebrity endroser, Brand trust, and Love for Local Products on Purchasing Decisions. This research is a descriptive research with a survey method. The type of research used in this research is causal associative research, and data collection techniques are carried out by distributing questionnaires through the Google form application. The population in this study is Generation Z in the city of Pontianak who have ERIGO APPAREL products. The number of samples in this study amounted to 100 respondents. Sampling was carried out using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method and an analysis tool, namely path analysis (path analysis) using SPSS for Windows version 23.

The results of the study show that Celebrity endroser has a significant effect on Purchasing Decisions. Brand trust has a significant effect on Purchasing Decisions. Love for local products has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Celebrity endroser, Brand trust, Love for Local Products, Purchase Decision.*