

ABSTRAK

Natasha Mawariz, NIM 3402220152. Pengaruh *Endorsement Influencer*, *Brand Image* Dan Harga Terhadap Minat Beli (Suatu Studi pada Konsumen *Coffee Shop* Satir/Sitre Ciamis). Dibawah bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E., M.M, (Pembimbing I) dan Ibu Lia Yulia, S.T., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *endorsement influencer*, *brand image*, dan harga terhadap minat beli pada konsumen *Coffee Shop* Satir/Sitre Ciamis. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1]. Bagaimana pengaruh *endorsement influencer* terhadap minat beli pada konsumen *Coffee Shop* Satir/Sitre Ciamis; 2]. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap minat beli pada konsumen *Coffee Shop* Satir/Sitre Ciamis; 3]. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli pada konsumen *Coffee Shop* Satir/Sitre Ciamis; 4]. dan Bagaimana pengaruh *endorsement influencer*, *brand image* dan harga terhadap minat beli pada konsumen *Coffee Shop* Satir/Sitre Ciamis.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1]. Pengaruh *endorsement influencer* terhadap minat beli pada konsumen *Coffee Shop* Satir/Sitre Ciamis; 2]. Pengaruh *brand image* terhadap minat beli pada konsumen *Coffee Shop* Satir/Sitre Ciamis; 3]. Pengaruh harga terhadap minat beli pada konsumen *Coffee Shop* Satir/Sitre Ciamis; 4]. serta Pengaruh *endorsement influencer*, *brand image* dan harga terhadap minat beli pada konsumen *Coffee Shop* Satir/Sitre Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis (uji t), analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis (uji F).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *endorsement influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien korelasi sebesar 0,574 dan koefisien determinasi sebesar 33,0%. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien korelasi sebesar 0,584 dan koefisien determinasi sebesar 34,1%. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien korelasi sebesar 0,411 dan koefisien determinasi sebesar 16,9%. Secara simultan, *endorsement influencer*, *brand image* dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan koefisien korelasi berganda sebesar 0,673 dan koefisien determinasi sebesar 45,3%. Oleh karena itu, Coffeeshop Satir/Sitre Ciamis disarankan untuk meningkatkan efektivitas *endorsement influencer*, memperkuat *brand image*, menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen, serta mengoptimalkan promosi yang mampu menarik perhatian guna meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: *Endorsement Influencer*, *Brand Image*, Harga, Minat Beli