DAMPAK *ENDORSEMENT* LISA BLACPINK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI BONEKA LABUBU: STUDI KASUS KONSUMEN K-POP DI KOTA BANDUNG

Ditulis oleh :
Irene Fayza

Dibimbing oleh

Dr. Heppy Agustiana Vidyastuti., SP.,MP.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak *Endorsement* lisa blackpink dan *Brand Image* terhadap Minat Beli boneka labubu. jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriftif dan verifikatif. Populasi pada penelitian ini adalah penggermar k-pop yang mengetahui boneka labubu. Jumlah sampel 100 penggemar k-pop dengan perhitungan penentuan sampel menggunakan rumus *cochran.* Teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probality Sampling* yaitu *Purposive Sampling.* Sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder, dengan instrumen analisis statistik menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, uji t (parsial) dan uji f (simultan) dengan bantuan software SPSS versi 26. Hasil analisis secara simultan *Endorsement* dan *Brand Image* memiliki pengaruh terhadap Minat Beli boneka labubu.

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

THE IMPACT OF LISA BLACLPINK'S ENDORSEMENT AND BRAND IMAGE ON BUYING INTEREST IN LABUBU DOLLS : A CASE STUDY OF KPOP CONSUMERS IN THE CITY OF BANDUNG

Written by:

Irene Fayza

Preceptor:

Dr. Heppy Asgustiana Vidyastuti, SP., MP

ABSTRACT

This study aims to determine the impact of Endorsement lisa blackpink and Brand Image on Buying Interest in labubu dolls. the type of research used in this research is quantitative research with descriptive and verification methods. The population in this study were k-pop penggermar who knew labubu dolls. The sample size was 100 k-pop fans with a sample determination calculation using the Cochran formula. The sampling technique used is Non Probality Sampling, namely Purposive Sampling. The data sources used are primary and secondary, with statistical analysis instruments using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, t tests (parsial) and f tests (simultaneous) with the help of SPSS software version 26. The results of the analysis simultaneous Endorsement and Brand Image have an influence on Buying Interest in labubu dolls.

Keywords : Endorsement, Brand Image, and Purhace Intention