

RESUME SKRIPSI

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak manfaat dalam kemajuan dalam berbagai aspek yang dapat diakses melalui internet seperti E-commerce. Gaya hidup masyarakat juga semakin mengalami perubahan dan sudah banyak sekali masyarakat saat ini yang cenderung menyukai berbelanja secara online. Zalora tergolong e-commerce yang selalu memberikan promosi terbaik kepada konsumen agar tercipta keputusan pembelian konsumen. Mulai dari aktif berpartisipasi dalam program kerjasama dengan *celebrity endorser* serta aktif membangun *brand image* yang baik melalui menawarkan kelebihan-kelebihan yang tidak dimiliki oleh para pesaing Zalora. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas tentang pengaruh *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Zalora Indonesia.

Teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *celebrity endorser*, *brand image*, dan keputusan pembelian. Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen yang terdiri dari *celebrity endorser* dan *brand image*, serta variabel dependen yang terdiri dari keputusan pembelian.

Objek penelitian ini adalah Zalora Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 115 sampel konsumen Zalora Indonesia sebagai respondennya. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *nonprobability sampling* dengan teknik *judgement sampling*.

Celebrity endorser dan *brand image* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen menilai *celebrity endorser* yang digunakan Zalora sudah sesuai, *brand image* sudah baik, dan menimbulkan keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* dan *brand image* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Disarankan Zalora Indonesia dapat meningkatkan penggunaan *celebrity endorser*, memberikan harga yang lebih bersaing, menambah variasi pilihan produk, memperkenalkan keunikan yang dimiliki dibanding pesaing, dan memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumen.

