

ANALISIS DETERMINAN *PURCHASE INTENTION* LUWAK *WHITE COFFIE*

Oleh :

Dinda Romauli

1612110399

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel *celebrity endorsement, social media engagement, brand attitude, perceived quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan *purchase intention* suatu merek tertentu. Untuk menguji secara empiris model teoritis yang telah dikembangkan, penelitian ini menggunakan brand luwak *white coffie* sebagai studi kasus nya dengan populasi penelitian masyarakat yang tinggal di Bandar Lampung. Metode sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan positivisme dan teknik analisis data yang digunakan adalah *Structured Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Berdasarkan studi kasus yang telah dilakukan, didapatkan bahwa *celebrity endorsement, social media engagement, brand attitude* dan *perceived quality* berpengaruh terhadap *purchase intention* pada Luwak *white Coffie*.

Kata Kunci : *celebrity endorsment, social media engagement, brand attitude, perceived quality dan purchase intention*