

ABSTRAK

Penelitian dengan judul Dampak *Celebgram Endorsement*, *Online Marketing*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kedai Kopi Kesuwon Di Jember, bertujuan untuk menganalisis dampak *celebgram endorsement*, *online marketing*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian secara spasial. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang di peroleh melalui penyebaran kuisioner kepada para pelanggan kedai kopi Kesuwon di Jember. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan kopi Kesuwon yang berjumlah 4.406 pelanggan dan peneliti mengambil sampel sebanyak 98 pelanggan. Metode pengambilan sampel menggunakan metode penelitian *non probability sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel *celebgram endorsement* terhadap keputusan pembelian. Yang kedua terdapat pengaruh signifikan dari variabel *online marketing* terhadap keputusan pembelian. Dan yang terakhir terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *celebgram endorsement*, *online marketing*, *brand image*, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

*The study entitled *The Impact of Celebgram Endorsement, Online Marketing, and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions at Kesuwon Coffee Shop in Jember*, aims to analyze the impact of celebgram endorsement, online marketing, and brand image on spatial purchasing decisions. The data used in this study are primary data obtained through distributing questionnaires to Kesuwon coffee shop customers in Jember. As for the population in this study were customers of Kesuwon coffee, totaling 4,406 customers and researchers took a sample of 98 customers. The sampling method uses a non probability sampling research method. Data analysis uses multiple linear regression analysis. The results of the study stated that there was a significant effect of the celebgram endorsement variable on purchasing decisions. Secondly, there is a significant influence of online marketing variables on purchasing decisions. And finally there is a significant influence on purchasing decisions.*

Keyword: *celebgram endorsement, online marketing, brand image, and purchasing decisions.*