

ABSTRAK

Berbagai cara dilakukan pihak perusahaan demi mendapatkan perhatian dari para konsumennya agar memiliki citra produk yang baik dalam benak konsumen, sehingga banyak konsumen menggunakannya. Perlu adanya pemahaman terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga, pasar dapat memasarkan produk yang sesuai dengan keperluan mereka. Harga adalah, sejumlah uang yang yang ditentukan perusahaan atau pemilik usaha sebagaimana menjadi salah satu nilai barang atau jasa dimana dapat menghasilkan keuntungan dan kerugian dalam target perusahaan. *Celebrity Endorser (Selebgram Pendukung)* adalah salah satu cara atau strategi dalam pemasaran yang dimana dapat digunakan sebagai promosi produk maupun jasa yang dapat digunakan oleh perusahaan sehingga dapat menarik banyak orang dalam pembelian suatu produk. Keputusan pembelian adalah, sebuah tindakan, pemikiran, dan penilaian yang dimiliki seseorang konsumen atau pelanggan tersebut akan melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk atau menetapkan pilihannya terhadap apa yang akan dibeli.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan *celebrity endoser* terhadap keputusan pembelian kain tenun. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Kupang yang pernah berbelanja di Padu Padan tenun dengan jumlah sampel adalah 96 responden yang termasuk ke dalam kriteria responden. Teknik pengambilan sampel adalah *sampling accidental*. Adapun teknik analisis menggunakan regresi inier berganda dengan alat uji SPSS (*Statistic Package for the Socia Sciences*).

Simpulan penelitian ini 1) harga berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian kain tenun di Padu Padan Tenun dengan koefisien regresi 0,993 atau 99,3%. Hasil ini menjelaskan semakin tinggi harga, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian. 2) *celebrity endose (Selebgram Pendukung)* berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi 0,570 atau 57,0%. Hal ini menjelaskan bahwa semakin

tinggi personality *celebrity endoser (Selebgram Pendukung)*, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian kain tenun di Padu Padan Tenun.

Bagi pihak Padu Padan tenun Tetap kembangkan dan meningkatkan inovasi yang berkelanjutan agar tenun ikat tradisional NTT lebih dilihat dimata publik tanpa menghilangkan motif keasliannya dengan cara berkolaborasi dengan kaum muda daerah dan pihak-pihak terkait. Dengan begitu kain tenun tradisional akan go publik. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya, Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya, agar melakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lainnya yang tidak dapat diteliti oleh penulis.

Keterangan: Harga, *Celebrity Endoser (Selebgram Pendukung)*, Keputusan Pembelian