

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSERS, BRAND IMAGE AND BRAND TRUST TO REPURCHASE INTENTIONS (Study For Tiktok Shop Users)**

**Compiled by:**  
**Syahrul Fadli Imanul Haque**  
**203402502**

**Guided By:**  
**Guide I : H Kartawan**  
**Guide II : Allicia Deana**

*The objectives of this research was to determine and analyze the influence of Celebrity Endorsers on Brand Trust. Influence of Celebrity Endorser on Brand Image. The Influence of Brand Image on Brand Trust. The influence of Brand Image on Repurchase Intention. The influence of Brand Trust on Repurchase Intention on sales at the TikTok Shop. The research method used in this research is the case study method, while the type of data used in this research is primary data. The object of this research is TikTok Shop users, with a sampling technique using a purposive sampling method. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) analysis. The results of this test prove that Celebrity Endorser has a positive effect on Brand Trust and Brand Image. Brand Image has a positive effect on Brand Trust. Brand Trust and Brand Image have a positive effect on Repurchase Intention among TikTok Shop Users.*

*Keywords: Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust, Repurchase Intention.*

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (Penelitian Pada Pengguna *TikTok Shop*)**

Oleh:  
**Syahrul Fadli Imanul Haque**  
**203402502**

**Dibawah Bimbingan:**  
**Pembimbing I : H Kartawan**  
**Pembimbing II: Allicia Deana**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Trust*. pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image*. Pengaruh *Brand Image* terhadap *Brand Trust*. pengaruh *Brand Image* terhadap *Repurchase Intention*. Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Repurchase Intention* pada penjualan di *TikTok Shop*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Objek penelitian ini adalah pengguna *TikTok Shop*, dengan teknik penarikan sampel menggunakan metode sampel *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh positif terhadap *Brand Trust* dan *Brand Image*. *Brand Image* berpengaruh positif terhadap *Brand Trust*. *Brand Trust* dan *Brand Image* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention* pada Pengguna *TikTok Shop*.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, *Brand Trust*, *Repurchase Intention*