

## ABSTRAK

Era globalisasi mendorong masyarakat untuk bisa melakukan kegiatan sehari – hari dengan praktis, salah satunya adalah kegiatan berkomunikasi dan bertukar kabar. Untuk mendukung tujuan tersebut, penggunaan smartphone semakin marak dan luas. Samsung sebagai salah satu produsen smartphone terbesar di dunia dan Indonesia pun juga turut memasarkan produk – produknya di Indonesia dengan berbagai jenis dan tipe yang berbeda untuk sasaran pasar yang berbeda pula.

Penelitian ini dilakukan pada pengguna smartphone Samsung Galaxy S Series dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden. Metode pengumpulan pada penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner dengan metode non probability sampling dan teknik purposive sampling. Alat analisis dalam penelitian ini adalah SEM (Structural Equation Modelling).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel celebrity endorsement, country of origin dan electronic word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, serta variabel celebrity endorsement, country of origin, electronic word of mouth dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *celebrity endorsement, country of origin, electronic word of mouth, citra merek, keputusan masalah*