

ABSTRAK

Ahmadan Albiyanashar, 2026. Pengaruh Media Sosial, *Celebrity Endorsement*, Design Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek “ORTUSEIGHT” (Studi Kasus Pengguna Sepatu futsal "ORTUSEIGHT" di Kota Madiun) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing I : Dr. Heny Sidanti S.E., M.M. Pembimbing II : Ririh Anggraini Setyahety, S.E., M.M.

Penelitian ini untuk memberikan sebuah bukti empiris mengenai Pengaruh Media Sosial, *Celebrity Endorsement*, Design Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek “ORTUSEIGHT” (Studi Kasus Pengguna Sepatu futsal "ORTUSEIGHT" di Kota Madiun). Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 385 responden. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan alat uji berupa software SmartSPSS 25. Hasil penelitian membuktikan bahwa Media Sosial (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Studi Kasus Pengguna Sepatu Futsal "Ortuseight" di Kota Madiun, *Celebrity Endorsment* (X2) memiliki kesimpulan bahwa pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Studi Kasus Pengguna Sepatu Futsal "Ortuseight" di Kota Madiun, Desain Produk (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Studi Kasus Pengguna Sepatu Futsal "Ortuseight" di Kota Madiun, Kualitas Produk (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Studi Kasus Pengguna Sepatu Futsal "Ortuseight" di Kota Madiun.

Kata Kunci : *Celebrity Endorsment*, Desain Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian., dan Media Sosial.

ABSTRACT

Ahmadan Albiyanashar, 2026. The Influence of Social Media, Celebrity Endorsement, Product Design, and Product Quality on the Purchase Decision of "ORTUSEIGHT" Brand Futsal Shoes (A Case Study of "ORTUSEIGHT" Futsal Shoe Users in Madiun City) Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Supervisor I: Dr. Heny Sidanti S.E., M.M. Supervisor II: Ririh Anggraini Setyahety, S.E., M.M.

This study aims to provide empirical evidence regarding the influence of social media, celebrity endorsements, product design, and product quality on the purchase decision of "ORTUSEIGHT" Brand Futsal Shoes (A Case Study of "ORTUSEIGHT" Futsal Shoe Users in Madiun City). This research is descriptive with a quantitative approach. The sample in this study consisted of 385 respondents. The sampling method used was purposive sampling. Data collection in this study used a questionnaire. The data analysis technique in this study used a test tool in the form of SmartSPSS 25 software. The results of the study prove that Social Media (X1) has a positive and significant influence on Purchasing Decisions (Y) in the Case Study of "Ortuseight" Futsal Shoe Users in Madiun City, Celebrity Endorsement (X2) has a conclusion that a positive and significant influence on Purchasing Decisions (Y) in the Case Study of "Ortuseight" Futsal Shoe Users in Madiun City, Product Design (X3) has a positive and significant influence on Purchasing Decisions (Y) Case Study of "Ortuseight" Futsal Shoe Users in Madiun City, Product Quality (X4) has a positive and significant influence on Purchasing Decisions (Y) Case Study of "Ortuseight" Futsal Shoe Users in Madiun City.

Keywords: Celebrity Endorsement, Product Design, Product Quality, Purchasing Decisions, and Social Media,