

ABSTRAK

Anggylia Eka Saputri. 2023. *Pengaruh Endorsement Non-Selebrity Dalam Membangun Citra Merek Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Epic Model Sebagai Variabel Modrasi Dikota Metro*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M (2) Ardiansyah Japlani, S.E., MBA., AWM.

Seiring dengan adanya pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, maka dunia usaha pun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Peran *endorsement* sebagai *reviewer* suatu produk sangat dibutuhkan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk membangun citra merek produk yang baik, melalui hasil *review endorser* terhadap suatu produk barang dan jasa. Citra merek produk merepresentasikan keseluruhan persepsi dari merek dan di bentuk dari informasi dan pengalaman di masa lalu terhadap merek itu. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi *endorsement non-selebrity* dalam membangun citra merek pada produk UMKM dikota Metro. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, teknik cluster random sampling dengan menggunakan rumus slovin dan menggunakan rumus t-test. Instrumen penelitian adalah instrument dan dokumentasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 466 pelaku UMKM produk makanan sebagai sampel dalam penelitian ini. Hasil analisis menunjukkan bahwa *endorsement non selebrity* berpengaruh signifikan terhadap produk usaha UMKM dikota Metro dengan nilai signifikansi sebesar 0,040 yang artinya $<0,05$, citra merek berpengaruh signifikan terhadap produk usaha UMKM dikota Metro dengan nilai signifikanis 0,040 yang artinya $<0,05$, variabel *epic model* sebagai variabel pemoderasi yang berpengaruh signifikan dan memperkuat hubungan *endorsement non-selebrity* terhadap UMKM dikota Metro dengan $t_{hitung} 2,382 >$ daripada t_{tabel} sebesar (1.98397) dan variabel *epic model* sebagai variabel pemoderasi yang berpengaruh signifikan dan memperkuat hubungan citra merek terhadap UMKM dikota Metro dengan $t_{hitung} 2,214 >$ daripada t_{tabel} sebesar (1.98397).

Kata Kunci : *Endorsement Non-Selebrity, Citra Merek, UMKM dan Epic Model*