

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH DI KARANGANYAR

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di Karanganyar. Populasi dalam penelitian ini konsumen kosmetik wardah di Karanganyar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive accidental random sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 100 orang yang terdiri dari konsumen pengguna kosmetik wardah di Karanganyar. Alat analisis data terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, koefisien determinasi (R^2). Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan terbukti valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa penelitian ini terdistribusi normal. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa *celebrity endorser* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan variabel citra merek berpengaruh tidak signifikan. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser*, kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 39,5% sedangkan sisanya 60,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Misalnya harga, promosi dan lokasi.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan Citra Merek.