

## ABSTRAK

### **PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, PENGETAHUAN PRODUK, DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE SKINCARE NATURE REPUBLIC* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung Pengguna Instagram)**

Oleh

**EVA FAJRIYAH**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *country of origin*, pengetahuan produk dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian secara *online* produk *skincare* Nature Republic baik secara parsial maupun secara simultan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Variabel bebas dalam penelitian ini ialah *country of origin*, pengetahuan produk dan *celebrity endorser*, sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian online. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menyatakan secara parsial bahwa *country of origin* dan pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. selanjutnya pada variabel *celebrity endorser* terdapat pengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Sementara secara simultan, ketiga variabel mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian *online*.

**Kata Kunci:** *Country of Origin*, Pengetahuan Produk, *Celebrity Endorser* dan Keputusan Pembelian *Online*.

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF COUNTRY OF ORIGIN, PRODUCT KNOWLEDGE AND CELEBRITY ENDORSER ON ONLINE PURCHASE DECISION OF NATURE REPUBLIC SKINCARE***

*(study on sudents of Lampung University Instagram user)*

*by*

**EVA FAJRIYAH**

*This research aims to examine the effect of country of origin, product knowledge and celebrity endorser on online purchase decision of Nature Republic product with partially or simultaneously by using multiple linier regression analyses. The type of this research is explanatory research. of country of origin, product knowledge and celebrity endorser used as independent variable research, while the online buying decision is dependent variable. The number of the sample are 100 persons of consumers Nature Republic. Sampling technique used in this research is purposive sampling. The result of this research show that country of origin and knowledge product has positif and significant effect on online purchase decision. Celebrity endorser show negatif and significant on online purchase decision. Simultaneously, all variable show positif and significant effect on online purchase decision.*

***Keyword: Country of Origin, Product Knowledge, Celebrity Endorser and  
Online  
Purchase Decision***