

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, *BRAND IMAGE* DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MS GLOW (Studi pada Konsumen MS Glow di Kota Bandar Lampung)**

Oleh

**NOVIKA JESYA RATULIU**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, *brand image* dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik MS Glow di Kota Bandar Lampung. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), *Brand Image* ( $X_3$ ) dan *Celebrity Endorser* ( $X_4$ ) serta Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat. Jenis penelitian ini *explanatory research* dengan metode penelitian kuantitatif. Data pada penelitian ini merupakan data primer yang diambil dengan menggunakan kuisioner yang disebarakan melalui *google form* ke media sosial melalui *direct message*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *brand image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *celebrity endorser* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil secara simultan variabel kualitas produk, harga, *brand image* dan *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik MS Glow di kota Bandar Lampung dengan nilai *R Square* sebesar 0,754 atau 75,4%.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, *Brand Image*, *Celebrity Endorser*,  
Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF QUALITY PRODUCT, PRICE, BRAND IMAGE AND CELEBRITY ENDORSER TOWARD MS GLOW PURCHASING DECISIONS (Study on MS Glow Consumers in Bandar Lampung City)***

**By**

**NOVIKA JESYA RATULIU**

*This study aims to determine how much influence quality product, price, brand image and celebrity endorser on MS Glow consumer purchasing decisions in Bandar Lampung. The independent variables that used in this research are Quality Product ( $X_1$ ), Price ( $X_2$ ), Brand Image ( $X_3$ ), Celebrity Endorser ( $X_4$ ) and Purchasing Decisions as dependent variable. This type of research explanatory research with quantitative research methods. The data this research is a primary data that collected by using questionnaire and distributed via google form that shared via direct message on social media. The samples in this research amounted to 100 respondents that taken by using purposive sampling techniques. The data in this study were analyzed using multiple linear regression analysis with the SPSS 25.0 tool. The results of this study indicate that variable quality product partially no significant effect on purchasing decision, variable price partially significant effect on purchasing decision, variable brand image partially significant effect on purchasing decision, variable celebrity endorser partially significant effect on purchasing decision. While the results are simultaneously variable quality product, price, brand image and celebrity endorser significant effect on purchasing decision of MS Glow Cosmetics in Bandar Lampung with value R Square of 0,754 or 75,4%.*

***Keywords : Quality Product, Price, Brand Image, Celebrity Endorser, Purchasing Decisions***