

ABSTRAK

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PENGGUNA *SKINCARE* MS GLOW DI BANDAR LAMPUNG)

Oleh

KHAIRUNISA AFIFAH HASTI SETIADI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian pengguna *skincare* MS GLOW di kota Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna *skincare* MS GLOW di kota Bandar Lampung. Data diperoleh dari kuisioner yang di isi secara *online*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, uji t, dan uji R2 dengan alat bantu SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna *skincare* MS GLOW di kota Bandar Lampung.

Kata kunci: *Celebrity Endorsement*, Keputusan Pembelian

ABSTRAK

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENT ON PURCHASING
DECISIONS (STUDY ON MS GLOW SKINCARE USERS IN BANDAR
LAMPUNG)**

By

KHAIRUNISA AFIFAH HASTI SETIADI

This study aims to determine the effect of Celebrity Endorsement on the Purchasing Decisions of MS GLOW skincare users in Bandar Lampung. The type of research used in this study is a type of quantitative research. The population of this study is MS GLOW skincare users in Bandar Lampung. Data obtained from the questionnaire filled out online. The sampling technique uses purposive sampling with a total sample of 100 respondents. The analysis techniques used include validity tests, reliability tests, simple linear regression, T tests, and R2 tests with SPSS 25. The results show that celebrity endorsement has a positive and significant effect on the purchasing decisions of MS GLOW skincare users in Bandar Lampung.

Keywords: Celebrity Endorsement, Purchasing Decisions