

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
LIPSTIK MATTE WARDAH**

(Studi Kasus Mahasiswi STIE PGRI Dewantara Jombang Angkatan 2014)

ABSTRAK

Oleh:
Ayu Sartika

Dosen Pembimbing :
Nuri Purwanto, S.ST, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *celebrity endorser* (X1), citra merek (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen lipstik matte Wardah STIE PGRI Dewantara Jombang. penelitian menggunakan metode *explanatory* dengan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi STIE PGRI Dewantara Jombang berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda, dengan bantuan SPSS versi 21 Windows. Hasil penelitian menunjukan bahwa *celebrity endorser* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian lipstik matte wardah, Untuk citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen lipstik matte wardah, Serta kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian lipstik matte wardah yang paling signifikan. Perusahaan “Wardah” perlu mempertahankan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian lipstick matte wardah yang sudah di nilai baik oleh pelanggan, serta perlu memperbaiki hal-hal yang msih kurang.

Kata kunci : *celebrity endorser*, citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian.

**EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, AND QUALITY
OF PRODUCTS ON DECISION PURCHASING LIPSTICS
CONSUMER MATTE WARDAH
(Case Study Student STIE PGRI Dewantara Jombang Force 2014)**

ABSTACT

**by:
Ayu Sartika**

**Avisor :
Nuri Purwanto, S.ST, MM**

The purpose of this research is to know and explain the influence of celebrity endorser (X1), brand image (X2), and product quality (X3) on purchasing decision (Y) consumer of matte lipstick Wardah STIE PGRI Dewanatara Jombang. The research used explanatory method with data collecting done by questioner and documentation. The population in this research is STIE PGRI Dewanatara Jombang student amounted to 100 respondents using Non-Probability Sampling technique with Accidental Sampling approach, that is the technique of determining the sample by chance, that is who happened to meet with the researcher can be sampled if it is considered suitable. The data testing techniques used in this study used multiple linear analysis, with the help of SPSS version 21 Windows. The result of research indicates that the celebrity endorser has an influence on purchasing decision of matte wardah lipstick. For brand image has a significant influence on consumer purchasing decision of matte wardah lipstick, And the quality of the product has an influence on purchasing decision of matte wardah lipstick which is most significant. The company "Wardah" needs to maintain variables that can influence purchasing decisions of matte wardah lipstick that are already in good value by the customer, and need to improve the less msih.

Keywords: celebrity endorser, brand image, product quality, purchase decision.