

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CELEBRITY ENDORSER*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE WARDAH**

Oleh

Ni Luh Gede Leny Widyaningsih, NIM. 1817041195

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh: (1) kualitas produk dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (3) *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan yang menggunakan *skincare* Wardah dan objek dalam penelitian ini adalah kualitas produk, *celebrity endorser*, keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti. Jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner pada responden, kemudian analisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk dan *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk.

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND CELEBRITY ENDORSER ON WARDAH SKINCARE PURCHASING DECISIONS

By

Ni Luh Gede Leny Widyaningsih, NIM. 1817041195

Manajement Major

ABSTRACT

This study was aimed to (1) product quality and (2) celebrity endorser on purchasing decisions and partially test product quality and celebrity endorser on purchasing decisions skincare Wardah. The research desain is quantitative causal. The subjects used in this study were product quality, celebrity endorser, purchasing decisions. The population in this study is the community in Bangli Village, Baturiti District, Tabanan Regency. The number of samples were 100 respondents with purposive sampling. The data collected by questionnaire, and analyzed by multiple linear regression analysis. The result of the study showed that (1) product quality and celebrity endorser has a significant effect on purchasing decision. (2) product quality has a significant on purchasing decision. (3) celebrity endorser has a significant on purchasing decision.

Keywords: Buying Decision, celebrity endorser, Product Quality

