

# **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK *PIXY LIP CREAM* DI SLEMAN YOGYAKARTA**

Lik Dewi Wulansih Apsari

141130230

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[likdewiwa@gmail.com](mailto:likdewiwa@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik *Pixy lip cream*. Variabel independent yang digunakan adalah *credibility* (X2), *attractiveness* (X2), dan *power* (X3), sedangkan untuk variabel dependent pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Jenis penelitian ini adalah penelitian *survey*, dimana peneliti merumuskan masalah yang baru dengan mengidentifikasi melalui hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala *likert*, dimana responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *credibility*, *attractiveness*, dan *power* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, *credibility* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *attractiveness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan *power* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Celebrity endorser*, keputusan pembelian