

**PENGARUH BRAND IMAGE, CELEBRITY ENDORSER, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI KALANGAN
MAHASISWA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

ETNA AMALIA

NIM. 141150118

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[\(etnaamalia1112@gmail.com\)](mailto:etnaamalia1112@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, *celebrity endorser*, dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Wardah di kalangan mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta, pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Wardah di kalangan mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta, pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian produk Wardah di kalangan mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta; dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Wardah di kalangan mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner sebanyak 105 sampel, metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS 25.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung *brand image*, *celebrity endorser*, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah di kalangan mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta, *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah di kalangan mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta, *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah di kalangan mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah di kalangan mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata Kunci : Brand Image, Celebrity Endorser, Harga, dan Keputusan Pembelian.