

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARNIER *FACIAL FOAM***

NAUFAL LABIB IZZAT PRATAMA

NIM. 141150509

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

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser*, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Garnier *facial foam*. Survei dilakukan pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling* dengan kriteria: pernah membeli dan melihat iklan Garnier *facial foam* sebelumnya dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser*, citra merek dan harga secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Celebrity endorser*, citra merek dan harga secara parsial bernilai positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Garnier *facial foam*.

**Kata kunci: *Celebrity Endorser*, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian.**