PENGARUH *CELEBIRTY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PADA PELAJAR/MAHASISWA YOGYAKARTA KONSUMEN VIVA KOSMETIK)

YOKE LISTIARA

NIM. 141170008

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta

Yoketara@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelajar/Mahasiswa Yogyakarta konsumen Viva Kosmetik). Data yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 130 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan uji hipotesis yang menggunakan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, dan *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian pada Pelajar/Mahasiswa Yogyakarta konsumen Viva Kosmetik. (2) *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelajar/Mahasiswa Yogyakarta konsumen Viva Kosmetik. (3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelajar/Mahasiswa Yogyakarta konsumen Viva Kosmetik. (4) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelajar/Mahasiswa Yogyakarta konsumen Viva Kosmetik

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