

ABSTRAK

Mohammad Fahrurrezi, Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. Dibimbing oleh Prof. Dr. Endang Ruswanty, M M.

Penelitian ini memiliki beberapa masalah pada *celebrity endorser* yang dinilai kurang memikat minat konsumen dalam melakukan pembelian, citra merek masih kurang ekspansi dan kualitas pelayanan yang kurang maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser*, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Burma kosmetik. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikuantitatifkan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 165 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner berbentuk angket maupun *e-form*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga *celebrity endorser*, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Citra Merek, Kualitas pelayanan, dan Keputusan Pembelian