

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *MAKE OVER***

(Studi kasus pengguna Make Over pada Asosiasi MUA Indonesia (AMI)
Kabupaten Jombang)

ABSTRAK

Oleh:

**Yulia Pratiwi
(1561185)**

Dosen Pembimbing :

Dr. Indra Kurniawan, S.Sos., MM

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh pengaruh *celebrity endorser*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk *make over* pada Asosiasi MUA Indonesia (AMI) Kabupaten Jombang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanasi (*eksplanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan skala pengukuran Likert.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini pengguna Make Over pada anggota Asosiasi MUA Indonesia (AMI) Kabupaten Jombang yang juga digunakan sebagai sampel sebanyak 95. Penelitian ini melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan metode analisis Regresi Linier Berganda. Pengukuran uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara *celebrity endorser*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk *make over* pada Asosiasi MUA Indonesia (AMI) Kabupaten Jombang.

Kata kunci : Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Harga Dan Keputusan Pembelian

***THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER, PRODUCT QUALITY AND
PRICE ON MAKE OVER PURCHASING PRODUCTS***

*(Case study of User Make Over at the Indonesian MUA Association (AMI) of
Jombang Regency)*

ABSTRACT

By:

**Yulia Pratiwi
(1561185)**

Lecture:

Dr. Indra Kurniawan, S.Sos., MM

This study aims to explain the influence of the influence of celebrity endorser, product quality and price on purchasing decisions for make over products at the Indonesian MUA Association (AMI) of Jombang Regency. The type of research used is explanatory research (explanatory research) with a quantitative approach. By using a Likert measurement scale.

The population used in this study was the Make Over user in the members of the Indonesian MUA Association (AMI) of Jombang Regency which was also used as a sample of 95. This study tested the hypothesis using the Multiple Linear Regression analysis method. The measurement of validity and reliability tests is carried out with the help of the SPSS program.

The analysis shows that there is a significant influence between celebrity endorser, product quality and price on the decision to purchase make over products at the Indonesian MUA Association (AMI) of Jombang Regency.

***Keywords: Celebrity Endorser, Product Quality, Price and Purchasing
Decisions***