

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik, kredibilitas *Celebrity Endorser* dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik L'oréal. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Daya tarik *Celebrity Endorser* (X1), kredibilitas (X2), citra merek (X3), sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *Purposive sampling*. Adapun kriteria pada pemilihan sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah membeli produk kosmetik L'oréal dan konsumen berusia diatas 17 tahun keatas sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil yang telah dilakukan menggunakan *SPSS* mendapatkan hasil Daya tarik *celebrity endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 5,103 dengan probabilitas 0,000 dimana angka tersebut signifikan karena ($p \leq 0,05$). Kredibilitas *celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 5,146 dengan probabilitas 0,000 dimana angka tersebut signifikan karena ($p \leq 0,05$). Citra merek tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 1,146 dengan probabilitas 0,255 dimana angka tersebut signifikan karena ($p > 0,05$).

Kata Kunci : Daya tarik, Kredibilitas *celebrity endorser*, Citra merek, Keputusan pembelian