

## ABSTRAK

Penulisan ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh *Celebrity Endorse*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett di Lumajang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu para remaja di Lumajang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel random sederhana (*simple random sampling*) dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi dan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dalam penelitian ini adalah *Celebrity endorse* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik scarlett di Lumajang. Karena konsumen *Scarlett* pada kalangan remaja di Lumajang sebagian besar tidak mengetahui selebriti yang menjadi iklan pada produk *Scarlett*. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik scarlett di Lumajang karena produk *Scarlett* saat ini kurang memiliki inovasi ciri khas aroma, karena ada beberapa produk *Scarlett* aroma seperti produk lain. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik scarlett di Lumajang. Karena produk *Scarlett* selalu mengadakan potongan harga tiap bulannya. Jadi *Celebrity endorse*, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik *scarlett* pada kalangan remaja di Lumajang. Hal ini dikarenakan ketiga variabel tersebut mempunyai dampak positif terhadap keputusan pembelian pada para remaja, sehingga dapat menarik konsumen dan digemari oleh kalangan remaja

Kata Kunci : *Celebrity Endorse*, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This writing was carried out with the aim of knowing the Effect of Celebrity Endorse, Product Quality, and Price on Purchase Decisions for Scarlett Cosmetics among Adolescents in Lumajang. The population used in this study were teenagers in Lumajang. The number of samples in this study were 40 respondents. The sampling technique used in this study was simple random sampling and the data collection methods used in this study were observation and questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results in this study are celebrity endorsements have no significant effect on purchasing decisions on Scarlett cosmetic products in Lumajang. Because most of Scarlett's consumers among teenagers in Lumajang don't know the celebrities who advertise for Scarlett's products. Product quality does not have a significant effect on purchasing decisions for Scarlett cosmetic products in Lumajang because Scarlett products currently lack the innovation of aroma characteristics, because there are several Scarlett products with aromas like other products. Price has a significant effect on purchasing decisions on Scarlett cosmetic products in Lumajang. Because Scarlett products always hold a discount every month. So celebrity endorsement, product quality and price have a significant effect on purchasing decisions for Scarlett cosmetic products among teenagers in Lumajang. This is because these three variables have a positive impact on purchasing decisions for teenagers, so that they can attract consumers and are favored by teenagers*

*Keywords: Celebrity Endorse, Product Quality, Price, and Purchase Decision*