

ABSTRAK

Pengaruh Celebrity Endorser, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Warga Tangerang Selatan)

Doohan Kusuma Muhammad ¹⁾, Dr. Yohanes Totok Suyoto, SS., M.Si., CPMA. ²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Persaingan bisnis di era globalisasi yang semakin dinamis, kompleks, dan seba tidak pasti, bukan hanya sekedar memberikan peluang tetapi juga tantangan. Tantangan yang dihadapi perusahaan tidak lain untuk selalu mendapatkan cara terbaik guna merebut dan mempertahankan pangsa pasar. Saat ini, persaingan bisnis dalam bidang kosmetik marak di jumpai di berbagai daerah di Indonesia. Sebagai salah satu produsen Kosmetik besar di Indonesia PT *Paragon Technology and Innovaton* Meluncurkan *Brand* baru yaitu Emina yang menargetkan pangsa pasar pada kaum remaja. Emina kosmetik merupakan salah satu brand kosmetik di Indonesia yang sudah cukup terkenal di kalangan remaja. Pemakaian selebriti dalam sebuah iklan sering digunakan untuk mendukung penjualan suatu produk, terutama produk kecantikan yang sangat erat kaitannya dengan model cantik sebagai *brand ambassador* produk tersebut. Produk kecantikan sudah begitu marak dipasaran sehingga membuat perusahaan menjadi banyak pesaing, oleh karena itu pentingnya suatu perusahaan tersebut untuk menginformasikan produknya ke pasaran harus lebih kreatif lagi. Faktor lainnya juga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek (*brand Image*). *Brand image* merupakan seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu.

Kata Kunci: Celebrity Endorser, Citra Merek, Keputusan Pembelian

Pustaka : 21

Tahun Publikasi : 2011-2021