

## ABSTRAK

### **Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Produk Kecantikan Somethinc**

Elsa Sephiana Zafira 1) Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA 2)

- 1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- 2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Celebrity Endorser dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Produk Kecantikan Somethinc. Variable independen pada penelitian ini yakni celebrity endorser dan kepercayaan merek, sedangkan variable dependen yaitu keputusan pembelian. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan sampel sebanyak 180 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Dari hasil pengujian dapat dinyatakan bahwa celebrity endorser berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara bersama-sama celebrity endorser dan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan somethinc.

**Kata Kunci:** Celebrity Endorser, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian.