

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW DI TABANAN

ABSTRAK

Pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia bertambah dengan pesat sehingga banyak perusahaan yang berlomba atau bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar dan memasarkan produk dengan strategi pemasaran yang efektif sehingga bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk yang di produksi. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *celebrity endorser*, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk MS Glow di Tabanan. Lokasi dari penelitian ini dilakukan pada konsumen MS Glow di Tabanan yang beralamat di jalan Gatoto Subroto no 4, Banjar Anyar, Kediri, Tabanan. Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh *brand image*, *celebrity endorser*, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk MS Glow di Tabanan. Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh konsumen yang menggunakan produk MS Glow di Tabanan yang tidak diketahui jumlahnya. Metode dalam penentuan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 112 orang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna produk MS Glow di Tabanan. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna produk MS Glow di Tabanan. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna produk MS Glow di Tabanan.

Kata kunci: *brand image*, *celebrity endorser*, promosi dan keputusan pembelian

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, CELEBRITY ENDORSER, AND
PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF MS GLOW PRODUCTS
IN TABANAN**

ABSTRACT

The growth of the beauty industry in Indonesia is increasing rapidly so that many companies are competing or competing to gain market share and market their products with effective marketing strategies so that they can attract consumers to buy the products they produce. This study aims to determine the effect of brand image, celebrity endorser, and promotion on purchasing decisions for MS Glow products in Tabanan. The location of this research was conducted on MS Glow consumers in Tabanan who are located at Jalan Gatoto Subroto no 4, Banjar Anyar, Kediri, Tabanan. The object of this study is the effect of brand image, celebrity endorser, and promotions on purchasing decisions for MS Glow products in Tabanan. In this study, the population is all consumers who use MS Glow products in Tabanan, an unknown number. The method of determining the sample used in this study was purposive sampling, with a total sample of 112 people. The research methods used in this research are observation, interviews, and questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the study show that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions of MS Glow product users in Tabanan. Celebrity endorsers have a positive and significant effect on purchasing decisions of MS Glow product users in Tabanan. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions of MS Glow product users in Tabanan.

Keywords: brand image, celebrity endorser, promotions and purchasing decisi