

## ABSTRAK

**Nava Akhmarul Hariroh, 1820210143, “Pengaruh *Celebrity Endorser, Product Quality, dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow (Studi Pada Konsumen di Desa Temulus Kabupaten Kudus)*”.**

Banyaknya konsumen dalam memilih produk *skincare* kurang memperhatikan keamanan produk tersebut. Mereka lebih memilih produk *skincare* ilegal yang menawarkan hasil instan namun tidak memiliki kualitas produk yang baik. Karena sebagian produk yang memiliki kualitas baik tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan hasil instan karena prosesnya yang lama dan kebanyakan konsumen tidak sabar dalam hal tersebut. Sehingga apapun akan dilakukan untuk memperoleh hasil yang diinginkan tanpa memperhatikan dampak bagi kesehatan kulit jika *skincare* ilegal tersebut terus digunakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser, product quality, dan price discount* terhadap keputusan pembelian *skincare Ms Glow*. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan dan menggunakan teknik pengumpulan data dalam bentuk kuesioner dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 672 orang dan sampel 87 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria wanita di Desa Temulus yang berusia 17-30 tahun dan pernah melakukan pembelian *skincare Ms Glow*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,380 > 1,98896$ ) dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Kedua, *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,506 > 1,98896$ ) dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Ketiga, *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,646 > 1,98896$ ) dengan nilai sig  $0,010 < 0,05$ . Sehingga hasil dalam penelitian ini yaitu H1, H2, dan H3 diterima.

**Kata kunci : *Celebrity Endorser, Product Quality, Price Discount, dan Keputusan Pembelian.***