

ABSTRAK

Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *celebrity endorser* dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Mustika Ratu baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 102 responden, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, survei, dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan *celebrity endorser* dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, secara simultan juga menunjukkan *celebrity endorser* dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Harga, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Management is the art and science of marketing to review select target market and grabbing, holding, and grow subscribers with creates, delivers, and communicating customer value excellence.

This is study aims to determine the influence of celebrity endorser and price buying decision Mustika Ratu cosmetics good operates partially or simulyaneosly. The research methode used is descriptive and verification with 102 samples of respondents. Data collection technique used obeservation, interview, servey, and spreading questinnaires. Methodes of data analysis used multiple linear regression, the double correlation, coefficients of detemination and hypothesis testing.

The results showed that the celebrity endorser and price partially have an influence on the buying decision, also result showed that the simultaneosly celebrity endorser and price have an influences on the buying decision.

Keywords : Celebrity Endorser, Price and Buying Decision.