

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsement*, testimoni dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian (survei pada pengguna akun Ms Glow di Purwakarta) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *celebrity endorsement*, testimoni, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh *celebrity endorsement*, testimoni dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian secara simultan 67,4%% dan sisanya 32,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian sebesar 11,3%, pengaruh testimoni terhadap keputusan pembelian sebesar 21,7%, dan pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sebesar 34,4% sehingga dapat disimpulkan bahwa testimoni dan kualitas layanan memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Celebrity Endorsement*, Testimoni, Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of celebrity endorsment, testimonial, service quality on purchasing decisions (a survey of account user Ms Glow in Purwakarta) simultaneously or partially. The research method used is descriptive and verification methods with a total sample of 80 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation and the coefficient of determination.

The results showed that there was a positive and significant influence between celebrity endorsment, testimonial, service quality on purchasing decisions. The amount of influence celebrity endorsment, testimoni, service quality on purchasing decisions simultaneously is 67,4% and the remaining 32,6% is influenced by other variables not examined. Partially the magnitude of the effect of celebrity endorsement on purchasing decisions is 11.3%, the effect of testimonial on purchasing decisions is 21,7% and the effect of service quality on purchasing decisions is 34,4%, so it can be concluded that the testimonial and service quality has the greatest influence on purchasing decisions.

Keywords: Celebrity Endorsement, Testimonial, Service Quality And Purchase Decision