

## ABSTRAK

Amalia Dwi Srirejeki, 1961201045, Implementasi Celebrity Endorsment dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Emina, di- bawah Bimbingan Pitri Yandri.

Dengan semakin berkembangnya IPTEK dalam teknologi globalisasi saat ini menggunakan internet sudah tidak asing lagi untuk memasarkan suatu produk dan menjadikan manusia lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan. Selain itu perkembangan industri dan jasa juga membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Salah satunya adalah kebutuhan akan produk perawatan dan kecantikan yang sangat dibutuhkan oleh perempuan, Salah satu permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah masalah penjualan dan penyaluran hasil produksi kepada yang membutuhkan, sehingga produk yang dihasilkan dapat memuaskan Keberhasilan strategi pemasaran Emina dengan menggunakan *celebrity endorsement* tentunya tidak lepas dari perilaku konsumen dari Emina sendiri. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan Menganalisis Implementasi *Celebrity Endorsment* pada produk kosmetik Emina dalam rangka keputusan pembelian dan Menganalisis *Celebrity Endorsment* terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik Emina penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan Analisis SEM Dapat dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menghubungkan pendekatan analisis faktor (factor analysis), model structural (structural model) dan analisis jalur (path analysis). Hasil penelitian ini menunjukan terdapat pengaruhnya *celebrity endorsement* pada keputusan pembelian pada produk Emina sebesar 0,692 atau 69,2%.

**Kata kunci:** Celebrity Endorsment, Keputusan Pembelian