

INTISARI

Desi Eka Widiawati 2018. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kosmetik Inez di Kabupaten Sumenep. Skripsi, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing : (I) Nurdody Zakki, SE, M.SM. (II) Aryo Wibisono, ST, MM.

Keputusan Pembelian merupakan tolak ukur dari keberhasilan suatu usaha dalam pembelian produk kosmetik. Maka dari itu untuk menunjang tercapainya Keputusan Pembelian, pihak objek / perusahaan harus lebih meningkatkan jasa *Celebrity Endorser* di media sosial, media cetak dan media elektronik secara luas, dalam memperkenalkan maupun mempromosikan kosmetik Inez kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kosmetik Inez di Kabupaten Sumenep. Dalam penelitian berjumlah seratus (100) responden dengan menjadikan konsumen sebagai sampel penelitian.

Penelitian ini dilakukan di empat (4) cabang objek di Kabupaten Sumenep yang memasarkan produk kosmetik Inez. Teknik analisa yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisa PLS *Algoritma*.

Hasil ini menunjukkan ternyata konsumen yang mengkonsumsi produk kosmetik Inez tidak melihat bintang iklan atau *Celebrity Endorser* itu sendiri tetapi lebih terpengaruh oleh kualitas produk dari kosmetik Inez tersebut. Maka manajemen perusahaan sebaiknya tetap mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan jasa *Celebrity Endorser* untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap mengkonsumsi produk.

Kata kunci : *Celebrity Endorser*, Promosi, Citra Merek dan Keputusan Pembelian.