

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Iklan televisi, Celebrity Endorser, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian kosmetik berlabel “HALAL”. Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswi yogyakarta dan memakai kerudung. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah 60 responden dengan menggunakan teknik koesioner. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan aplikasi SPSS21.0 *for Windows*.

Berdasarkan analisis yang dilakukan diperoleh hasil bahwa iklan televisi, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sementara celebrity endorser tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : iklan televisi, *celebrity endorser*, kualitas produk, citra merek, kosmetik berlabel halal.

ABSTRACT

This purpose of this research is to analyze The Effect of Television Advertisement, Celebrity Endorser, Product Quality and Brand Image toward Buyer's Purchased Decision on Halal Labeled Cosmetics. The subject in this research is Yogyakarta students who wear headscarf. In this research, the sample was taken from 60 respondents using questionnaire. The tools that was used for the analysis is SPSS 21.O for Windows.

Based on the analysis, the researcher got the result that television advertisement, product quality and brand image has positif influence toward purchased decision, meanwhile celebrity endorser did not affect the purchased decision.

Key words: Television advertisement, celebrity endroser, product quality, brand image, Halal Labelled cosmetic.