

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of product quality, celebrity endorser and sharia brand on purchasing decision through brand image on Wardah lipstick product. Population in this research is citizen of Tembalang sub-district that use Wardah lipstick so that the population number is not known. The sample used in this research is 100 respondents with sampling technique using purposive sampling. Data analysis using multiple regression and path analysis. The results showed that the variable of product quality, celebrity endorser and brand of sharia have positive and significant effect to consumer brand image and purchasing decision.

Keywords: product quality, celebrity endorser, sharia brand, brand image and purchase decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari kualitas produk, *celebrity endorser* dan merek syariah terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada produk lipstik Wardah. Populasi dalam penelitian ini adalah warga kecamatan Tembalang yang menggunakan lipstik Wardah sehingga jumlah populasinya tidak diketahui. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan regresi berganda dan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, *celebrity endorser* dan merek syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek konsumen dan keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, *celebrity endorser*, merek syariah, citra merek dan keputusan pembelian.