

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga, brand image, label halal, celebrity endorser terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah di kota Semarang serta menganalisis faktor yang paling berpengaruh.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian kosmetik wardah di kota Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang artinya pengambilan sampel dengan mempertimbangkan karakteristik populasi yaitu para konsumen yang pernah melakukan pembelian kosmetik minimal 2 kali ke store-store wardah di kota Semarang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, brand image, label halal dan celebrity endorser berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah harga (0.245), kemudian label halal (0.228) brand image (0.190) dan celebrity endorser (0.163). Saran penulis adalah untuk meningkatkan keputusan pembelian dengan cara memberikan harga yang lebih sesuai dengan manfaat produk sehingga dapat menambah *image* positif bagi konsumen.

Kata Kunci :Keputusan pembelian, harga, *brand image*, label halal dan *celebrity endorser*

ABSTRACT

This study aimed to analyze and determine the influence of price, brand image, label halal and celebrity endorser in the buying decision cosmetic wardah in Semarang.

The population in this study were costumer who make purchases cosmetic wardah in Semarang. Samples taken as many as 100 respondents using purposive sampling technique, which means sampling by considering the characteristics pupulasi ie costumer who never make purchases cosmetic least 2 times to store-store wardah in Semarang.

These results indicate that the price, brand image, label halal and celebrity endorser to positive effect on buying desicion. Corporate image, commitment, and trust positive effect on loyalty. Based on statistical data analysis, indicators in this study is valid and the variables are reliable The independent variables that most influence on the dependent variable is price (0.245), then label halal (0.228) brand image (0,190) and celebrity endorser (0.163). Advice writer is to increase buying desicion by providing a price more in line with benefits so as to increase the positive image of the costumer.

Keywords: *buying decision, price, brand image, label halal and celebrity endorser*