

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mendemonstrasikan bagaimana citra merek, selebritis endorser, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli barang Implora. Populasi yang digunakan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Sampel sejumlah 120 orang, yang dipilih menggunakan pendekatan pemilihan non-probabilitas dan pengambilan sampel acak. data berasal dari tanggapan kuesioner yang diberikan kepada responden dan menggunakan skala Likert. Menurut kajian data pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian memiliki nilai t-hitung sebesar 3,248 dan nilai signifikan sebesar 0,002 ( $0,002 < 0,05$ ). Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian memiliki nilai t-hitung sebesar 6,614 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Nilai signifikansi 0,001 ( $0,001 < 0,05$ ) dan nilai t-hitung 3,484 menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas produk, celebrity endorser, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to identify, evaluate, and demonstrate how brand image, celebrity endorser, and product quality affect the purchasing decision to buy Implora goods. The population is used by students of the Department of Business Economics, PGRI Adi Buana University, Surabaya. A sample of 120 people, selected using a non-probability selection approach and random sampling, the data comes from responses to questionnaires given to respondents and using a Likert scale. According to the study of the data on the effect of brand image on purchasing decisions, it has a t-count value of 3.248 and a significant value of 0.002 ( $0.002 < 0.05$ ). The influence of celebrity endorsers on purchasing decisions has a t-value of 6.614 and a significance level of 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ). A significance value of 0.001 ( $0.001 < 0.05$ ) and a t-count value of 3.484 indicates that product quality influences purchasing decisions. Thus, it can be said that product quality, celebrity endorser, and brand image influence purchasing decisions.*