

ABSTRAK

Juniffia Puji Rohyatin (1209240110) : “ Pengaruh Promosi *Celebrity Endorsement* Dan *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa/Mahasiswi Jurusan Manajemen Tahun 2020 -2022)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari *Celebrity Endorsement* Dan *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* berupa *purposive sampling* yang pengambilan data menurut kriteria - kriteria yang telah ditentukan beberapa kriterianya yaitu sedang atau pernah menggunakan produk Scarlett Whitening dan merupakan mahasiswa/mahasiswi jurusan manajemen Angkatan tahun 2020 sampai 2022. Untuk menentukan jumlah sampel yang diteliti, menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 89 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Instrumen Data Penelitian terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Analisis Uji Hipotesis (Uji-t (parsial), Uji-F (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 29. Dari hasil pengolahan data didapatkan perolehan hasil persamaan regresi berganda $Y = 5,528 + 0,285X_1 + 0,446X_2$. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorsement* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk Scarlett Whitening. Dibuktikan dengan uji t nilai $t_{hitung} (8,128) > t_{tabel} (1,987)$ pada taraf signifikansi $0,001 < 0,05$. *Packaging* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk Scarlett Whitening. Dibuktikan dengan uji t nilai $t_{hitung} (8,380) > t_{tabel} (1,987)$ pada taraf signifikansi $0,001 < 0,05$. Dan secara simultan *Celebrity Endorsment* (X_1) dan *Packaging* (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $46,576 > 3,10$ dengan Tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Besaran persentase pengaruh secara keseluruhan menggunakan uji koefisien determinasi sebesar 52% dan sisanya 48% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Dengan demikian, hubungan antar variabel yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang sedang.

Kata kunci : *Celebrity Endorsement*, *Packaging*, dan Keputusan Pembelian