

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Merek, Gaya Hidup, dan Selebriti Pendukung Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung” ini ditulis oleh Imma Nur Fittrianis, NIM. 17402153022, pembimbing Dr. H. Dede Nurohman, M. Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya perusahaan yang memproduksi di bidang perkosmetikan yang dewasa ini mengalami perkembangan yang begitu cepat sehingga mengakibatkan banyaknya peredaran kosmetik dipasaran dengan berbagai macam dan jenis. Namun semakin banyaknya perusahaan yang memproduksi kosmetik ini banyak ditemukan dipasaran produk kosmetik yang ilegal dan berbahaya ketika digunakan. Sebagai mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang identik dengan penampilan yang menarik yang bertujuan untuk menghadapi dunia kerja, tentunya mempunyai pertimbangan tersendiri ketika memilih kosmetik yang akan digunakannya. Produk kosmetik wardah adalah salah satu produk kosmetik yang mampu bertahan ditengah maraknya produk kosmetik impor yang masuk ke Indonesia.

Rumusan masalah penelitian ini adalah (1) Apakah ada pengaruh signifikan merek terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah? (2) Apakah ada pengaruh signifikan gaya hidup terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah? (3) Apakah ada pengaruh signifikan selebriti pendukung terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah? (4) Apakah ada pengaruh signifikan merek, gaya hidup, dan selebriti pendukung terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah? (5) Diantara ke tiga faktor tersebut manakah yang lebih dominan?. Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan (1) adanya pengaruh positif signifikan variabel merek terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah (2) adanya pengaruh positif signifikan variabel gaya hidup terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah (3) adanya pengaruh positif signifikan variabel selebriti pendukung terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah dan (4) secara bersama-sama variabel merek, gaya hidup, dan selebriti pendukung berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Kata Kunci: merek, gaya hidup, selebriti pendukung, dan keputusan pembelian

## ***ABSTRACT***

This thesis entitled “The Influence of Brands, Lifestyle, and Celebrity Endorsers on Consumers’ Decision of Purchasing Wardah Cosmetic Products at the Students of Islamic Economics and Business Faculty, State Islamic Institute of Tulungagung” was written by Imma Nur Fitriani, registered number 17402153022, advisor Dr. H. Dede Nurohman, M. Ag.

This research is motivated by a huge amount of companies that produce in the field of cosmetics which today are experiencing rapid development, resulting in a large number of cosmetics in the market with various types and types. But the increasing number of companies that produce cosmetics are found in the market of cosmetic products that are illegal and dangerous when it is used. As a student of the Faculty of Economics and Islamic Business, who is identical with an attractive appearance that aims to face the world jobs, of course it has its own considerations when choosing the cosmetics to be used. Wardah cosmetic products are one of the cosmetic products that are able to survive amid the rise of imported cosmetic products that enter Indonesia.

The formulation of this research problem is (1) Is there a significant influence of the brand on the consumers’ decision to purchase Wardah cosmetic products? (2) Is there a significant influence of lifestyle on consumers’ decision to purchase Wardah cosmetic products? (3) Is there a significant influence of celebrity endorsers on consumers’ decision to purchase Wardah cosmetic products? (4) Is there a significant influence of brand, lifestyle, and celebrity endorsers on consumers’ decision to purchase Wardah cosmetic products? (5) Which one of the three factors is more dominant? This research is an associative type of research.

The results of the research partially show (1) there is a significant positive effect of brand variables on consumers’ decision to purchase Wardah cosmetic products (2) there is a significant positive influence of lifestyle variable on consumers’ decision to purchase Wardah cosmetic products (3) the significant positive influence of celebrity endorsers variables on consumers’ decision to purchase Wardah cosmetics products and (4) together brand, lifestyle, and celebrity endorsers variables have a significant positive effect on consumers’ decision to purchase Wardah cosmetic products at the students of Islamic Economics and Business Faculty, State Islamic Institute of Tulungagung.

Keywords: brand, lifestyle, celebrity endorsers, and purchasing decisions