

## **ABSTRAK**

Pandemi Covid-19 telah memukul perekonomian secara global termasuk Indonesia. Setiap pelaku usaha diharapkan mampu untuk dapat menyusun suatu strategi pemasaran agar dapat tetap untuk bertahan dalam menghadapi persaingan di tengah pandemic covid 19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan, endorser, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan pada konsumen MS Glow Jember dengan jumlah sampel sebesar 135 responden yang diambil dengan *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan analisis data dengan regresi linier berganda dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan, endorser, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian MS Glow Jember. Halini membuktikan jika hipotesis diterima dan terbukti secara statistic. aArtinya setiap terjadi peningkatan pada aspek iklan, endorser, harga dan kualitas pelayanan maka akan diikuti pula dengan peningkatan terhadap keputusan pembelian dengan memberikan pengaruh sebesar 47.9% terhadap variabel y. Sementara sisinya sebesar 52.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam peneltiian ini.

**Kata Kunci :** Iklan, endorser, harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*The Covid-19 pandemic has hit the global economy, including Indonesia. Every business actor is expected to be able to develop a marketing strategy in order to survive in the face of competition in the midst of the covid 19 pandemic. The purpose of this study was to determine and analyze the influence of advertising, endorsers, prices and service quality on purchasing decisions. The research design used in this research is descriptive research with a quantitative approach. The study was conducted on consumers of MS Glow Jember with a total sample of 135 respondents taken by purposive sampling. Data were collected using a questionnaire and data analysis with multiple linear regression with SPSS. The results showed that advertising, endorser, price and service quality had a significant effect on purchasing decisions for MS Glow Jember. This proves if the hypothesis is accepted and proven statistically. This means that every time there is an increase in the aspects of advertising, endorser, price and quality of service, it will also be followed by an increase in purchasing decisions by giving an influence of 47.9% on the y variable. While the 52.1% side is influenced by other variables not observed in this study.*

**Keywords:** Advertising, endorser, price, service quality and purchasing decisions