

## ABSTRAK

Suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya adalah tergantung bagaimana perusahaan tersebut menguasai pasar karena penguasaan pasar tergantung pada perusahaan apa perusahaan dapat mengantisipasi setiap peluang dan ancaman yang akan datang perusahaannya seperti perubahan pada lingkungan pemasarannya dan mengantisipasi setiap perubahan yang terjadi dalam lingkungan serta menggunakan informasi yang tepat dalam pengambilan keputusan pembelian. Keputusan pembelian sebuah produk ini akan lebih efektif jika dibantu oleh beberapa strategi yaitu *celebrity endorsement*, citra merek, dan *social media* marketing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorsement*, citra merek, dan *social media* marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada Klinik Larissa Aesthetic Center Jember. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center Jember. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *celebrity endorsement*, citra merek, dan *social media* marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Klinik Larissa Aesthetic Center Jember.

**Kata Kunci :** *celebrity endorsement*, citra merek, *social media* marketing, keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*A company to achieve its goals depends on how the company controls the market because market control depends on the company whether the company can anticipate every opportunity and threat that will come to the company such as changes in its marketing environment and anticipate every change that occurs in the environment and use the right information in making purchasing decisions. The decision to purchase a product will be more effective if assisted by several strategies, namely celebrity endorsement, brand image, and social media marketing. This study aims to analyze the influence of celebrity endorsement, brand image, and social media marketing to Consumer purchasing decisions at the Larissa Aesthetic Center Clinic Jember. This study uses a quantitative research method with a descriptive approach. The population in this study were consumers of the Larissa Aesthetic Center Jember Beauty Clinic. The number of samples in this study was 100 respondents. This study used a non-probability sampling technique. The analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that partially the variables celebrity endorsement, brand image, and social media marketing have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions at the Larissa Aesthetic Center Clinic, Jember..*

**Keywords:** *celebrity endorsement, brand image, social media marketing, buying decision*