

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *celebrity endorsement* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pengguna emina kosmetik di kota Medan, untuk mengetahui *variety seeking* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pengguna emina kosmetik di kota Medan, *product quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pengguna emina kosmetik di kota Medan, *celebrity endorsement*, *variety seeking* dan *product quality* secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pengguna emina kosmetik di kota Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang menganalisis dan menguji dengan data menggunakan angka dengan alat uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji determinasi. Hasil Penelitian: secara parsial *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, secara parsial *variety seeking* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, secara parsial *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, secara simultan *celebrity endorsement*, *variety seeking* dan *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *celebrity endorsement*, *variety seeking*, *product quality*, dan *purchase intention*