

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *packaging*, *celebrity endorser*, dan harga terhadap Keputusan Pembelian. Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah bagi pihak manajemen atau perusahaan adalah sebagai bahan evaluasi keefektivitasan penggunaan *packaging*, *celebrity endorser*, dan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat berguna untuk memberikan masukan tentang studi kasus yang membahas mengenai pengaruh *packaging*, *celebrity endorser*, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi, yang mana pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode ini dipilih agar penelitian yang dilakukan lebih mendalam dan mendapatkan hasil yang akurat. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive* dan *snowballing sampling*.

Analisis yang telah dilakukan dengan pendekatan studi fenomenologi menunjukkan bahwa *packaging*, *celebrity endorser*, dan harga memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian shampoo pantene.

Saran yang diberikan kepada perusahaan adalah agar mencoba strategi komunikasi pemasaran lainnya, misalnya dengan promosi melalui media social, atau melakukan keseimbangan pada strategi pemasaran.

Kata kunci: *Packaging*, *Celebrity Endorser*, Harga, Keputusan Pembelian