

ABSTRAK

Pengaruh Instagram Ads dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi pada Mahasiswa Manajemen Semester VII Universitas Kadiri)

Tri Kumara Tungga Purnamasari

trikumarapurnamasari@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing : 1. Ria Lestari Pangastuti, SE, MM
2. Endang Triwidyati, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh instagram ads dan celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening studi pada mahasiswa manajemen semester 7 Universitas Kadiri. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *explanatory research*. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 63 responden. Pengambilan Sampel dengan cara penyebaran kuisioner. Pengisian kuisioner oleh responden memiliki kriteria yaitu pernah melakukan pembelian produk scarlett. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear berganda dengan uji t dan uji f. Dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara instagram ads terhadap keputusan pembelian produk scarlett, Terdapat pengaruh antara celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian produk scarlett, dan terdapat pengaruh antara instagram ads dan celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Instagram ads, Celebrity Endorsement, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Instagram Ads and Celebrity Endorsements on Purchase Decisions for Scarlett Whitening Products (Study of VII Semester Management Students at Kadiri University)

Tri Kumara Tungga Purnamasari

trikumarapurnamasari@gmail.com

Faculty of Economics and Business, Kadiri University

Supervisor: 1. Ria Lestari Pangastuti, SE, MM

2. Endang Triwidyati, SE, MM

This research aims to determine the influence of Instagram ads and celebrity endorsements on purchasing decisions for Scarlett Whitening study products among 7th semester management students at Kadiri University. This type of research uses quantitative methods with explanatory research techniques. This research used a sample of 63 respondents. Sampling is done by distributing questionnaires. The criteria for filling out the questionnaire by respondents were that they had previously purchased a Scarlett product. The data analysis technique used in this research is the multiple line regression test with the t test and f test. The results of this research show that there is an influence between Instagram ads on purchasing decisions for Scarlett products, there is an influence between celebrity endorsements on purchasing decisions for Scarlett products, and there is an influence between Instagram ads and celebrity endorsements on purchasing decisions.

Keywords: *Instagram ads, Celebrity Endorsement, Purchase Decision*