

ABSTRAK

PENGARUH INSTAGRAM ADS DAN ENDORSE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT

Oleh:

YUDI ANTONI

1812110409

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Instagram *Ads* dan *Endorse* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan menggunakan metode nonprobability sampling dan teknik purposive sampling. Data yang terkumpul di analisis menggunakan regresi linier berganda meliputi variabel bebas yaitu instagram *Ads* dan *Endorse*, variabel terikat yaitu keputusan pembelian, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian secara parcial (uji T) maupun silmultan (uji F), diperoleh variabel Instagram *Ads* dan variabel *Endorse* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karna itu scarlett diharapkan menggunakan Instagram *Ads* yang lebih beragam dan *Endorse* yang lebih relevan dengan produk yang di tawarkan.

Kata Kunci: *Instagram Ads, Endorse, Keputusan Pembelian, Scarlett*

ABSTRACT

THE EFFECT OF INSTAGRAM ADS AND ENDORSE ON PURCHASE DECISION OF SCARLETT PRODUCT

By

YUDI ANTONI

1812110409

The purpose of this study were knowing the effect of instagram ads and endorse on purchase decision of scarlett product. The characteristic in this is quantitative study. Sampling method in this study is nonprobability sampling and used purposive technique. Sample total in this study amounted 100 respondent. Data collected and analyze used multi liner regression included independet variable is instagram ads and endorse, dependent variable is purchase decision. The result showed partial tested (t-test) and global tested (f-test) instagram ads and endorse on purchase decision of scarlett product. Based on study result, recommendation for scarlett to use more variety intagram ads and relevant endorse in the promotion.

Keywords : Instagram Ads, Endorse On Purchase Decision, Scarlett

