

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisa pengaruh *Celebrity Endorser* dan Iklan Instagram terhadap keputusan pembelian produk Wardah (Studi kasus pada *follower* instagram Wardah Beauty). Metode penelitian yang di pakai adalah penelitian kuantitatif. sampel dalam penelitian ini menggunakan sebanyak 110 responden. Di peroleh hasil penelitian data bahwa tiga Hipotesis menunjukkan Hipotesis yang pertama yaitu *Celebrity Endorser* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah, Hipotesis kedua yaitu iklan instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah, dan hipotesis ketiga *Celebrity Endorser* dan iklan instagram berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Wardah dari hasil yang telah di Uji menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* dan iklan Instagram berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Wardah (studi kasus pada follower instagram Wardah Beauty).

Kata kunci: *Celebrity endorser*, iklan Instagram, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of Celebrity Endorser and Instagram Ads on Wardah product purchase decisions (Case study on Wardah Beauty follower followers). The research method used is quantitative research. The sample in this study used 110 respondents. The results of research data obtained that the three Hypotheses show the first Hypothesis, namely Celebrity Endorser has a positive and significant effect on purchasing decisions Wardah products, the second hypothesis is Instagram advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions Wardah products, and the third hypothesis Celebrity Endorser and Instagram Instagram has an effect positive and significant simultaneous effect on purchasing decisions Wardah products from the results that have been tested shows that Celebrity Endorser and Instagram ads have a positive and significant effect simultaneously on Wardah product purchasing decisions (case study on Wardah Beauty follower followers).

Keyword : *Celebrity endorser, Instagram Ads, Purchasing decisions*