

ABSTRAK

Gusti Rizqi Indah Shafira.2020. *Pengaruh Celebrity Endorser (Zaskia Sungkar) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.* Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing (1) Dra. Naimah,MH (II) Pati Matu Jahra, S.Ag., M.Si

Kata Kunci : Celebrity Endorser, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian produk Wardah.

Banyak sekali online shop saat ini yang memanfaatkan media social sebagai transaksi jual beli. Melakukan strategi untuk mengatasi keputusan pembelian dalam memanfaatkan iklan yaitu dengan menggunakan *celebrity endorser* sebagai media promosi untuk menawarkan produk nya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan melalui penyebaran kuesioner. Dengan teknik pengolahan data menggunakan analisis data dengan *spps 22*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *kredibilitas*, *daya Tarik* dan *kecocokan* secara signifikansi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin. Perhitungan yang dilakukan untuk mengukur pengaruh independen dengan dependen. Dari hasil regresi diperoleh nilai sebesar 0,000. Tingkat signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dan $F \text{ hitung } 11,585 > F \text{ tabel } 2,70$, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian.