

ABSTRACT

Nazwa Tasya. 2023. *The Effect of Promoting Food Products Using Celebrity Endorsers on Instagram Social Media on Consumer Purchasing Decisions (Study on Followers of @banjarmasinfood Accounts).* Thesis, Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business. Advisor: Dr. Mahmud Yusuf, M.S.I.

Keywords: *Promotion, Celebrity Endorser, and Purchase Decision*

Banjarmasinfood is an Instagram username with content in the form of reviews about food and drinks in the city of Banjarmasin. This content is able to make a lot of comments from its followers. Most of the comments submitted contained their interest in trying food products directly and testimonials from other Instagram users who visited the culinary place first. The existence of such comments will increase the desire of followers of the @banjarmasinfood Instagram account to come and taste food products that have been uploaded by that account.

Based on this, this study aims to determine and explain the effect resulting from the promotion of food products using celebrity endorsers on Instagram social media on consumer purchasing decisions (studies on followers of the @banjarmasinfood account).

This research is classified as a quantitative research with a large number of research samples, totaling 100 respondents. Applying a sampling technique, in the form of simple random sampling, where the sampling method is by selecting directly from the population, namely @banjarmasinfood Instagram followers. This research uses data analysis methods, including validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, t test, F test and coefficient of determination test. Obtaining test results and analysis explains that the promotion of food products using celebrity endorsers on Instagram social media can cause reactions in viewers, namely interest in making purchases.

ABSTRAK

Nazwa Tasya. 2023. *Pengaruh Promosi Produk Makanan Menggunakan Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengikut Akun @banjarmasinfood)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Mahmud Yusuf, M.S.I

Kata Kunci : Promosi, Celebrity Endorser, dan Keputusan Pembelian

Banjarmasinfood adalah nama pengguna Instagram dengan konten berupa *review* tentang makanan dan minuman yang ada di Kota Banjarmasin. Konten tersebut mampu membuat banyak komentar dari para *followers*-nya. Sebagian besar komentar yang disampaikan berisi minat mereka untuk mencoba secara langsung produk makanan dan testimoni dari pengguna Instagram lainnya yang lebih dulu menyambangi tempat kuliner tersebut. Adanya komentar demikian, akan menambah keinginan *followers* akun Instagram @banjarmasinfood untuk mendatangi dan merasakan produk makanan yang telah diunggah oleh akun tersebut.

Bersumber pada hal tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui serta menjelaskan pengaruh yang dihasilkan dari promosi produk makanan menggunakan *celebrity endorser* di media sosial instagram terhadap keputusan pembelian konsumen (studi pada pengikut akun @banjarmasinfood).

Penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif dengan banyak sampel penelitian, berjumlah 100 responden. Menerapkan teknik pengambilan sampel, berupa *simple random sampling*, dimana cara pengambilan sampel dengan memilih langsung dari populasi, yaitu *followers* Instagram @banjarmasinfood. Penelitian ini menggunakan metode analisis data, diantaranya uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi. Perolehan hasil uji dan analisa menjelaskan bahwa promosi produk makanan menggunakan *celebrity endorser* di media sosial Instagram dapat menimbulkan reaksi pada *viewers*, yaitu minat melakukan pembelian.