

ABSTRAK

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, TESTIMONIAL DAN IKLAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT

(Studi Pada Konsumen Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan
Angkatan 2018-2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi)

Oleh :

**AL FADHLI DARIS SALMAN
NPM. 183401082**

Pembimbing :

**Iis Surgawati
Apip Supriadi**

.

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh *celebrity endorsement*, testimonial dan iklan di media sosial instagram secara parsial terhadap minat beli produk Scarlett serta pengaruh *celebrity endorsement*, testimonial dan iklan di media sosial instagram secara bersama-sama terhadap minat beli produk Scarlett pada konsumen Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Angkatan 2018-2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif, dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer melalui kuesioner. Teknik sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel 61 mahasiswa.. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *celebrity endorsement*, testimonial dan iklan di media sosial instagram secara bersama-sama terhadap minat beli produk Scarlett pada konsumen Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Angkatan 2018-2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci : *celebrity endorsement*, testimonial , iklan, instagram