

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi S-1 Manajemen

2019

Fitria Pebriani

120.2015.061

Pengaruh *Celebrity Endorser* Tasya Farasya dan Gaya Hidup Dengan Minat Beli Sebagai Faktor Mediator Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Focallure dan Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Kepada Mahasiswi Jurusan Tata Rias Univeristas Negeri Jakarta).

101+xv halaman, 27 tabel, 11 gambar, 4 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser* Tasya Farasya dan gaya hidup dengan minat beli sebagai faktor mediator terhadap keputusan pembelian dan ditinjau dari sudut pandang Islam. metode pengumpulan data menggunakan Kuesioner kepada 100 mahasiswi Univeristas Negeri Jakarta Jurusan Tata Rias dan Pengguna produk kosmetik Focallure. Metode analisis data dilakukan dengan pengujian instrument penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis jalur, dan uji sobel melalui program *SPSS 22 for windows*. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan: (1) bahwa *celebrity endorser* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (2) gaya hidup mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (3) gaya hidup mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) *celebrity endorser* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (5) minat beli mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (6) *celebrity endorser* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai faktor mediator, (7) Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli sebagai faktor mediator. Menurut pandang Islam *celebrity endorser*, gaya hidup, minat beli dan keputusan pembelian mempromosikan sesuai dengan syari'at Islam yaitu tidak berlebihan, memakai pakaian yang sopan dan produk yang dipromosikan bermanfaat untuk konsumen. Serta tidak menghambur-hamburkan harta untuk sesuatu yang tidak bermanfaat sesuai dengan sabda rasul.

Kata kunci : Celebrity Endorser, Gaya Hidup, Minat Beli, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Faculty of Economics & Business

Study Program S-1 Management

2019

Fitria Pebriani

120.2015.061

The Effect Of Tasya Farasya's Celebrity Endorser and Lifestyle, With Buying Interest As a Mediator Factor On Purchasing Decisions and Viewed From An Islamic Perspective (Case Study For Collage Students, Department Of Cosmetology, State University Of Jakarta)

101+xv pages, 27 tables, 11 pictures, 4 attachments

Abstract Description

This study aims to analyze the influence of celebrity endorser Tasya Farasya and lifestyle with buying interest as a mediating factor on purchasing decisions and viewed from an Islamic perspective. The data collection method used questionnaires to 100 students of the Jakarta State University Department of Makeup and Focalure cosmetic product users. The method of data analysis is done by testing the research instrument (validity and reliability test), descriptive analysis, classic assumption test, path analysis, and single test through the SPSS 22 program for windows. Based on the results of the study concluded: (1) that celebrity endorsers have a positive and significant influence on buying interest, (2) lifestyle has a positive and significant influence on buying interest, (3) lifestyle has a positive and significant influence on purchasing decisions, (4) celebrity endorser has a positive and significant influence on purchasing decisions, (5) buying interest has a positive and significant influence on purchasing decisions, (6) celebrity endorser has a positive and significant effect on purchasing decisions with buying interest as a mediating factor, (7) The influence of lifestyle on purchasing decisions has a positive and significant influence on buying interest as a mediating factor. According to the Islamic view of celebrity endorsers, lifestyle, buying interest and purchasing decisions promote compliance with Islamic sharia, ie not excessive, wearing modest clothing and products that are promoted to benefit consumers. And do not squander wealth for something that is not useful according to the words of the apostle.

Keywords: Celebrity Endorser, Lifestyle, Purchase Interest, Purchasing Decision