

# **ANALYSIS OF CONSUMER PURCHASING DECISIONS ON PRODUCT USERS MAKE UP MAYBELLINE**

**By Gladys Christin Natalia M.**

## ***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the influence of This research is one of the quantitative studies used to analyze the factors that influence consumer purchasing decisions, especially on lifestyle factors, Instagram social media, and celebrity endorsers. The sample size was taken as many as 75 respondents, with probability sampling technique with a simple random sampling. Data collection is done through the distribution of questionnaires. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis with SmartPLS 3.2 Software. The result of this study indicate that (1) The Lifestyle has a significant effect on consumer purchasing decisions. (2) The Social Media Instagram has a significant effect on consumer purchasing decisions. (3) Celebrity Endorsers has significant influence on consumer purchasing decisions.*

**Keywords:** *Celebrity Endorser, Consumer Purchasing Decisions, Lifestyle, Instagram Social Media*

# ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PENGGUNA PRODUK MAKE UP MAYBELLINE

Oleh Gladys Christin Natalia M.

## Abstrak

Penelitian ini merupakan salah satu penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen khususnya pada faktor *lifestyle*, media sosial instagram, dan *celebrity endorser*. Populasi pada penelitian adalah masyarakat yang menjadi pengguna produk Make Up Maybelline di Jakarta. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 75 responden, dengan teknik sampel probability sampling dengan simple random sampling. Pengumpulan data pada penelitian ini melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (Partial Least Square) dengan software SmartPLS versi 3.2. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) *Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. (2) Media Sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. (3) *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci :** *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian Konsumen, *Lifestyle*, Media Sosial Instagram