

ABSTRAK

Rizal Maulana, NIM. 1820310095. “Pengaruh Kreativitas Iklan, Kualitas Pesan Iklan dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Perspektif Syariah pada Aplikasi Shopee”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas iklan, kualitas pesan iklan dan *celebrity endorser* terhadap Keputusan Pembelian Perspektif Syariah pada Aplikasi Shopee secara parsial dan simultan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, bersumber daridata atau informasi yang diperoleh melalui kegiatan penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, deskriptif statistik, uji asumsi klasik, dan uji statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menurut perspektif syariah pada aplikasi Shopee. Kualitas pesan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menurut perspektif syariah pada aplikasi Shopee. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menurut perspektif syariah pada aplikasi Shopee. Kreativitas iklan, kualitas pesan iklan dan *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menurut perspektif syariah pada aplikasi Shopee.

Kata Kunci : Kreativitas Iklan, Kualitas Pesan Iklan, *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian.