

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat berdampak terhadap pola tingkah laku masyarakat yang bergantung kepada teknologi. Media sosial yang saat ini tidak dapat dipisahkan dari rutinitas sehari-hari bukan hanya sekadar untuk berkomunikasi dan mengakses informasi, tetapi menjadi sarana pemasaran dan melakukan promosi. Banyak keuntungan yang bisa didapatkan dari melakukan promosi melalui media sosial, diantaranya kemudahan menjangkau konsumen, dan dapat diakses kapan saja.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penggunaan iklan di *Youtube* terhadap keputusan pembelian pada *Shampoo Clear*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah iklan, dan *celebrity endorser*, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.