

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi kasus pada konsumen Shopee di Kota Semarang)**

**Ulfa Nazillah**

**16.05.51.0164**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *celebrity endorser* dan iklan televisi terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee di Kota Semarang.

Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Data diolah menggunakan SPSS (Statistical Product and Solutions) dan analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji validitas, uji reabilitas, uji F, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji t.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa semua indikator valid dan semua variabel reliabel. Variabel *celebrity endorser* dan iklan televisi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian aplikasi Shopee di Semarang

**Kata kunci : *Celebrity endorser*, Iklan televisi dan Keputusan pembelian**

**ABSTRACT**

**THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER AND TELEVISION  
ADVERTISING ON PURCHASE DECISIONS**

**(Case study on consumer shopee in Semarang)**

**UlfaNazillah**

**16.05.51.0164**

This study aims to examine the effect of celebrity endorsers and television advertisements on purchasing decisions on Shopee applications in the city of Semarang.

Respondents in this study were 100 respondents. Sampling in this study using purposive sampling technique. Data collection methods in this study used a questionnaire. Data is processed using SPSS (Statistical Product and Solutions) and the analysis used is multiple linear regression, validity test, reliability test, F test, coefficient of determination ( $R^2$ ) test, and t test.

The results of this study indicate that all indicators are valid and all variables are reliable. The variable celebrity endorser and television advertising have a significant effect on the decision to purchase the Shopee application in Semarang

***Keywords : Celebrity endorser, Television advertising, Purchase decisions***