

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dua variabel bebas yaitu iklan dan *celebrity endorsement* terhadap variabel terikat yaitu minat beli terhadap aplikasi belanja online Tokopedia di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang dengan jumlah responden 100. Penelitian ini menggunakan data primer, uji validitas, uji reliabilitas, uji F, uji determinasi, uji T, dan analisis regresi linear berganda sebagai penentu data. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah kedua variabel bebas, iklan dan *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat minat beli.

Kata Kunci: Iklan, Celebrity Endorsement, Minat Beli.

## *ABSTRACT*

*This research conducted to examined 2 independent variables which is advertising and celebrity endorsement on buying interest in online shopping application Tokopedia at Economic and Business Stikubank University Semarang with total respondent of 100. This research used primary data, validity test, reliability test, F test, determination test, T test, multiple regression analysis as a data determinants. The result of this research is that both independent variables have a positive and significant influece on buying interest in online shopping application Tokopedia at Economic and Business Stikubank University Semarang.*

*Kerywords : Advertising, Celebrity Endorsement, Buying Interest.*