

## ABSTRAK

Aan Agustina (1102621), “**Analisis Celebrity Endorser dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pesan Singkat Pada Smartphone (Survei Pada Pengguna Line di Kecamatan Antapani)**”. Di bawah bimbingan Dr. Hj. Ratih Hurriyati M,Si dan Dr. Vanessa Gaffar S.E, Ak, MBA

Penggunaan *Smartphone* dan aplikasinya saat ini sudah menjadi bagian hidup masyarakat Indonesia. Salah satu aplikasi *smartphone* yang paling banyak digunakan yaitu aplikasi pesan singkat atau *mobile messenger*. Promosi yang digunakan dalam mengenalkan produk pesan singkat ini salah satunya yaitu dengan menayangkan iklan di televisi dengan menggunakan *celebrity endorser*. Secara spesifik tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Bagaimana gambaran *Celebrity Endorser* pengguna *mobile messenger* Line di Kecamatan Antapani (2) Bagaimana gambaran faktor psikologis pengguna *mobile messenger* Line di Kecamatan Antapani (3) Bagaimana gambaran keputusan penggunaan *mobile messenger* Line di Kecamatan Antapani (4) Bagaimana *Celebrity Endorser* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile messenger* Line di Kecamatan Antapani (5) Bagaimana Faktor Psikologis berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile messenger* Line di Kecamatan Antapani.

Objek dari penelitian ini adalah warga kecamatan Antapani, metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan verifikatif. Sumber data yang dipergunakan adalah data primer dan sekunder. Populasi sebanyak 69009 orang diambil sampel penelitian sebanyak 133 orang. Analisis pengolahan data menggunakan metode regresi linier berganda dengan menggunakan *software SPSS 21.0 for windows*.

Hasil penghitungan menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* dan faktor psikologis memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi pesan singkat pada *smartphone* di kecamatan Antapani. Sedangkan secara parsial, variabel faktor psikologis mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan penggunaan aplikasi pesan singkat pada *smartphone* di kecamatan Antapani.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Faktor psikologis, Keputusan Penggunaan

## ABSTRACT

Aan Agustina (1102621) **“Celebrity Endorser and Pschycological Factor Anylisis Toward Using Decision Instant Messaging Application (Survey on Line’s user in Kecamatan Antapani)”**. Under the guidance of Dr. Hj. Ratih Hurriyati, Msi and Dr. Vanessa Gaffar, S.E, Ak, MBA.

Present the using of application on smartphone is part of life Indonesian’s People. One of the most downloaded application on smartphone is mobile messenger. Promotion on this product is commercial break on television and using celebrity as endorser. This study specifically discusses the relationship between celebrity endorser, pschycological factor and using decision of instant messaging Line. The aim of this study are : (1) celebrity endorser description of Line users (2) pschycological factor description of Line users (3) description of the the Line user’s decision to use Line (4) celebrity endorser effect of using decision of Line (5) pshycological factor effect of using decision of Line.

The object of this study is Line users in Kecamatan Antapani. The research using descriptive and verificative methods. Data source used primary and secondary. 69009 people as population were taken, and in this research using 133 people for sample. Method of data analysis using multiple regression analysis and used SPSS 21.0 for windows.

The result show that celebrity endorser and pschycological factor have an effect of using decision of Line. And based on partial test shows that pschycological factor has the most dominant effect towards using decision of instant messaging Line in Kecamatan Antapani.

Keyword : Celebrity Endorser, Pschycological Factor, Using Decision.

