

## ABSTRAK

**Djody Pakuan (1204893) “Pengaruh Konten Iklan dan *Celebrity Endorser* Terhadap Niat Menggunakan Situs Tokopedia (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen UPI angkatan 2012-2015)”, dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, S.E, Ak., MBA. dan H.Mokh.Adib Sultan, ST., MT.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari konten iklan Tokopedia serta image dari *celebrity endroser* yang mereka miliki terhadap niat menggunakan situs tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif yang melibatkan 80 orang pengguna situs Tokopedia yang merupakan mahasiswa S1 Manajemen UPI, Bandung. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan pembagian kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan formula statistik, yakni dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang pengolahannya dilakukan dengan program SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu konten iklan dan image dari *celebrity endroser* secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan situs, hal ini ditunjukkan dengan  $F$  hitung  $17.051 > F$  tabel 4.89. Akan tetapi, dari kedua variabel independen tersebut, variabel konten iklan memiliki pengaruh yang lebih positif dan signifikan dibandingkan dengan variabel *celebrity endroser*. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji parsial untuk variabel konten iklan adalah  $t$  hitung adalah  $4.042 > t$  tabel 1.66515 sedangkan variabel *celebrity endroser* adalah  $t$  hitung adalah  $0,998 < t$  tabel 1.66515.

**Kata Kunci :** Konten Iklan, *celebrity endroser*, niat menggunakan, *e-commerce*.

## ***ABSTRACT***

**Djody Pakuan (1204893) "Effect of Ad Content and Celebrity Endorser Against Intention to Use Site Tokopedia" (Survey on Management UPI student class of 2012-2015)", under the guidance of Dr. Vanessa Gaffar, S.E, Ak., MBA. dan H.Mokh.Adib Sultan, ST., MT.**

*The purpose of this study was to determine the effect of the advertising content of Tokopedia and the image of their Celebrity Endorser on the user intention to using their website. This study uses descriptive and verification methods that involved 80 Tokopedia user who are undergraduate students from UPI, Bandung . The data was collected using questionnaires division. Data were analyzed using a statistical formula, namely by using multiple linier regression analysis of the processing performed by SPSS version 20. Results of this study indicate that the independent variable like the advertising content and the image of Celebrity Endorser are jointly have a positive and significant impact on the user intention to use the site, as shown by the F count  $17.051 > F$  table 4.89. However, the advertising content variable has more influence positively and significantly compared to the Celebrity Endorser vaiable. It is based on partial test results where t count and t table for the advertising content variable are  $t$  count 4.042  $>$   $t$  table 1.66515 while the result for the Celebrity Endorser vaiable are  $t$  count 0,998  $<$   $t$  table 1.66515.*

***Keywords : advertising content , celebrity endroser, intention to use, e-commerce***