

ABSTRACT

THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER AND CONTENT MARKETING ON PURCHASE DECISIONS AT TOKOPEDIA IN BANDAR LAMPUNG

Galang Fahlevi Ramadhan
18411086

The topic discussed in this study is how the influence of celebrity endorsers and content marketing on purchasing decisions at Tokopedia, either simultaneously or partially. The data analysis methods used are validity and reliability tests, multiple linear analysis, and coefficient of determination analysis. Testing this hypothesis through the F test for simultaneous and partial t-test using the SPSS 25 program. The number of respondents was 400 respondents using purposive sampling technique. The results of this study indicate that simultaneously celebrity endorser and content marketing have a positive and significant effect on purchasing decisions, partially celebrity endorsements have a positive and significant effect on purchasing decisions, content marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions. So it can be concluded that celebrity endorsers and content marketing can influence purchasing decisions at Tokopedia in Bandar Lampung.

Keywords: *celebrity endorser, content marketing, purchase decision.*

ABSTRAK

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA DI BANDAR LAMPUNG

**Galang Fahlevi Ramadhan
18411086**

Topik yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *celebrity endorser* dan *content marketing* terhadap keputusan pembelian pada tokopedia baik secara simultan maupun parsial. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis linier berganda, dan analisis koefisien determinasi. Pengujian hipotesis ini melalui uji F untuk simultan dan uji t untuk parsial dengan menggunakan program SPSS 25. Jumlah responden sebanyak 400 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *celebrity endorser* dan *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, secara parsial *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *celebrity endorser* dan *content marketing* dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada tokopedia di bandar lampung.
Kata kunci: *celebrity endorser*, *content marketing*, keputusan pembelian.