

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

- A. Ricky Budiman (915160208)
- B. Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Pesan Iklan, Kreatifitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Gojek Cerdikiawan
- C. xv + halaman + tabel + gambar
- D. ADVERTISING

Abstrak: Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *celebrity endorser*, kualitas pesan iklan, kreatifitas iklan terhadap efektifitas iklan gojek cendikiawan serta dampaknya dalam penggunaan aplikasi gojek di Indonesia.

Hasil penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa *celebrity endorser*, kualitas pesan iklan, dan kreatifitas iklan berpengaruh pada efektifitas iklan gojek cendikiawan. Penggunaan *celebrity endorser*, kualitas pesan iklan dan kreatifitas iklan berpengaruh pada keputusan untuk menggunakan aplikasi gojek. Sedangkan secara parsial *celebrity endorser*, kualitas pesan iklan, dan kreatifitas iklan berpengaruh terhadap efektifitas iklan. Efektifitas iklan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan sebuah produk.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Kualitas Pesan Iklan, Kreativitas Iklan