

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA SITUS *E-COMMERCE* BLIBLI.COM INDONESIA

Ditulis Oleh:
Amartia Putri Kurniawan

Dibimbing Oleh:
Efi Fitriani. S.E., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* pada situs *E-commerce* Blibli.com Indonesia”. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh *Celebrity endorsement* terhadap *Purchase Intention*.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif, Uji normalitas, dan Regresi Sederhana. Penarikan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Probability Sampling* dengan rumus *Lamashow* maka didapat sebanyak 100 responden dengan populasi yang tidak diketahui. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* pada situs *E-commerce* Blibli.com Indonesia.

Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian selanjutnya, dengan menggunakan variable yang lainnya mengenai *Purchase Intention*. Dan untuk perusahaan Blibli.com, agar lebih ditingkatkan lagi strategi promosi dalam menentukan *Celebrity Endorsement* bagi perusahaan agar proses promosi lebih efektif dan *persuasive*.

Kata kunci : *Celebrity Endorsement* dan *Purchase Intention*

***THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT ON PURCHASE
INTENTION ON THE BLIBLI.COM INDONESIA E-COMMERCE SITE***

*Written By:
Amartia Putri Kurniawan*

*Preceptor:
Efi Fitriani. S.E., M.Si*

ABSTRACT

This research is entitled "The Effect of Celebrity Endorsement on Purchase Intention on the Blibli.com Indonesia E-commerce site". The research objective is to determine the effect of celebrity endorsement on Purchase Intention.

The analytical method used in this research is descriptive and verification analysis, normality test, and simple regression. Sampling in this study was by using Probability Sampling with the Lameshow formula, 100 respondents with an unknown population were obtained. The results of this study indicate that there is an influence of Celebrity Endorsement on Purchase Intention on the Blibli.com Indonesia E-commerce site.

It is suggested to further researchers to conduct further research, using other variables regarding Purchase Intention. And for the Blibli.com company, to further improve the promotion strategy in determining Celebrity Endorsements for the company so that the promotion process is more effective and persuasive.

Keywords: Celebrity Endorsement and Purchase Intention