

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Genap 2019/2020

ANALISA PENGARUH REKOMENDASI YOUTUBER DALAM *ONLINE* PURCHASE INTENTION TERHADAP MASYARAKAT DI KOTA BATAM

Shellyn
NPM: 1641109

ABSTRAK

Tujuan penelitian guna untuk memahami perilaku konsumen yang membeli *online* yang dipengaruhi rekomendasi youtuber terhadap masyarakat di Kota Batam. Penelitian menganalisis pengaruh variabel *Trustworthiness*, *Information Quality*, *Perceived Benefits*, *Perceived Usefulness* yakni variabel independen, *Attitude* yakni variabel mediasi serta *Purchase Intention* yakni variabel dependen.

Sampel terkumpul melalui kuesioner *google form* total sebanyak 412 responden didapat dari masyarakat Batam. Terdapat 44 responden yang tidak pernah melakukan pembelian *online* atas rekomendasi youtuber maka tidak dipakai untuk penelitian lanjut. Sebanyak 368 responden yang dapat diolah untuk penelitian lanjut.

Purposive sampling method dipakai menjadi pilihan teknik sampel serta olahan data menggunakan program aplikasi *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian akhir menyatakan bahwa niat beli *online* yang dipengaruhi oleh rekomendasi youtuber, variabel independen *Trustworthiness*, *Information Quality*, *Perceived Benefits*, *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude* sebagai mediating.

Variabel *Attitude* sebagai mediating juga berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* sebagai dependen. *Attitude* sebagai mediating juga berpengaruh signifikan terhadap independen *Trustworthiness* dan *Perceived Usefulness* terhadap dependen *Purchase Intention* secara *online*.

Kata Kunci : *youtube recommendation, attitude, purchase intention*