

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Ganjil 2019

## **PENGARUH EFEK IKLAN *ENDORSEMENT* TERHADAP NIAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA *ONLINE* DI KOTA BATAM**

**Kasih Rianto**  
**NPM: 1641230**

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mempelajari perilaku pembelian online yang di pengaruhi oleh iklan atau *endorsement* dari selebritis dalam perdagangan sosial media niat pembelian *online* berada di batam yang dipengaruhi iklan *endorsement* selebritis menggunakan variabel *trust in online shopping, convenience of online shopping, customer services offered by online shopping* dan *subjective norm* sebagai variabel independen, *attitude towards online shopping* sebagai variabel *intervening, intention to shop online* sebagai dependen

Terdapat sebanyak 400 sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini yang diperoleh dari mahasiswa dan warga di batam menggunakan pemilihan *purposive sampling method* dan data yang sudah terkumpul diolah menggunakan *program partial least square (PLS)*

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa niat belanja online yang dipengaruhi oleh iklan *endorsement* melalui sosial media, variabel *trust in online shopping* berpengaruh signifikan terhadap *intention to shop online, trust in online shopping* berpengaruh signifikan terhadap *attitude towards online* (dependennya *intention to shop online*), *convenience of online shopping* berpengaruh signifikan terhadap *attitude towards online* dan dependennya *intention to shop online, convenience of online shopping* berpengaruh signifikan terhadap *intention to shop online, customer services of offered by online shopping* berpengaruh signifikan terhadap *intention to shop online, customer services of offered online shopping* berpengaruh signifikan terhadap *attitude towards online* dan indenpendennya *intention to shop online, attitude towards online shopping* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to shop online* dan yang terakhir *subjective norm* tidak berpengaruh terhadap *intention to shop online*

**Kata Kunci** : *endorsement, intention to shop online*