

ABSTRAK

PENGARUH DUKUNGAN SELEBRITI DAN ULASAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DI BANDAR LAMPUNG

Perkembangan yang pesat dalam penggunaan internet mempengaruhi belanja *online* yang saat ini banyak orang gunakan dalam transaksi jual beli di Indonesia. Praktek perdagangan melalui internet tersebut lazimnya dinamakan *e-commerce*. Layaknya sebuah merek produk barang dan jasa, *e-commerce* juga butuh untuk mempromosikan mereknya agar konsumen lebih mengerti dan kenal dengan merek *e-commerce* tersebut. Salah satu caranya adalah dengan beriklan. Sebuah iklan, terutama iklan audio visual, selain pesan yang disampaikan, tokoh/*talent* seperti dukungan selebriti (selebriti endorser) juga diperlukan. Selanjutnya salah satu cara untuk mengevaluasi pilihan sebelum melakukan belanja *online* adalah dengan melihat ulasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh yang diberikan oleh variabel dukungan selebriti dan ulasan pelanggan terhadap niat beli konsumen pada *Marketplace* Tokopedia di Bandar Lampung. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang dikumpulkan dengan bantuan kuesioner, dan data sekunder yang diperoleh dari literatur, jurnal maupun artikel. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel dengan kriteria sesuai yang ditentukan peneliti. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial (uji-t), dan koefisien determinasi (R^2). Sedangkan tahap analisa menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan selebriti dan ulasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

Kata Kunci: Dukungan Selebriti, Ulasan Pelanggan, Niat Beli, Selebriti Endorser, Tokopedia

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CELEBRITY SUPPORT AND CUSTOMER REVIEWS ON CONSUMER PURCHASE INTENTION IN TOKOPEDIA MARKETPLACE IN BANDAR LAMPUNG

The rapid development in internet use has affected online shopping, which many people currently use in buying and selling transactions in Indonesia. The practice of trading via the internet is usually called e-commerce. Like a brand of goods and services, e-commerce also needs to promote its brand so that consumers understand and are more familiar with the e-commerce brand. One way is by advertising. An advertisement, especially an audio-visual advertisement, apart from the message conveyed, a character/talent such as celebrity endorser (celebrity endorser) is also needed. Furthermore, one way to evaluate options before shopping online is to look at customer reviews. The purpose of this study is to examine the influence exerted by celebrity support and customer reviews on consumer purchase intentions at the Tokopedia Marketplace in Bandar Lampung. The data used in this study are primary data obtained from the results of respondents' answers collected with the help of questionnaires, and secondary data obtained from literature, journals and articles. The number of samples in this study were 120 respondents. The sampling method uses purposive sampling, which is a technique for determining the sample according to the criteria determined by the researcher. The analytical method used in this study is the validity test, reliability test, partial test (t-test), and the coefficient of determination (R^2). While the analysis phase uses multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 26 application. The results of this study indicate that celebrity endorsements and customer reviews have a significant effect on consumer purchase intentions.

Keywords: Celebrity Support, Customer Reviews, Purchase Intention, Celebrity Endorser, Tokopedia