

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Citra Merek, *Celebrity Endorser*, dan *Electronic Word of Mouth* dalam Keputusan Pembelian *e-commerce* Blibli.com. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui dan bertransaksi menggunakan aplikasi Blibli.com di DKI Jakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, *Celebrity Endorser*, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian Konsumen.



ABSTRACT

The research aims to identify the influence of Brand Image, Celebrity Endorser, and Electronic Word of Mouth towards Consumer's Buying Decision on Blibli.com. Population in this study are consumers who know and use the Blibli.com application as transaction in DKI Jakarta. The sample used in this study was 200 respondents. The sampling technique using a purposive sampling. By using quantitative descriptive approach. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study showed Brand Image has a significant and positive effect on Buying Decision. Celebrity Endorser has significant and positive effect on Buying Decision, Electronic Word of Mouth has a significant and positive effect on Buying Decision.

Keyword : Brand Image, Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth, Consumer Buying Decision.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA