

## MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER

<b>Title</b>	MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER
<b>Author Order</b>	of
<b>Accreditation</b>	4
<b>Abstract</b>	<p>Abstrak Persaingan yang ketat dipasar online memaksa setiap pemasar di industri ini untuk menggunakan strategi pemasaran yang efektif untuk bertahan dan memenangkan persaingan dengan menggunakan berbagai macam cara. Salah satunya banyak pemasar yang menggunakan celebrity endorser untuk mendongkrak minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji model penelitian yang menggambarkan peran celebrity endorser dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produknya. Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pemasar dalam menghadapi persaingan dengan melibatkan celebrity endorser. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan kausal. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 konsumen pengguna aplikasi Shopee di kota Serang dengan teknik sampling Accidental. Teknik analisis yang akan digunakan adalah SEM dengan bantuan software AMOS. Kata Kunci: Minat Beli, Celebrity Endorser (Endorser Credibility), Brand Credibility, Brand Equity &amp;nbsp; Abstract Intense competition in the online market forces every challenge in the industry to use effective marketing strategies to survive and compete with competition in a variety of ways. One of the many marketers who use celebrity endorsers to boost consumer buying interest in the products offered. This study suggests discussing a research model that discusses the role of celebrity endorsers in increasing consumer buying interest in their products. The results of the study are expected to increase the ability of viewers in supporting celebrity endorser competitors. The purpose of this study is quantitative and causal. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 consumers who use the Shopee application in Serang city with an accidental sampling technique. The analysis technique that will be used is SEM with the help of AMOS software. Keywords: Buying Interest, Celebrity Endorser, Brand Credibility, Brand Equity</p>
<b>Publisher Name</b>	Politeknik Ubaya
<b>Publish Date</b>	2020-06-26
<b>Publish Year</b>	2020
<b>Doi</b>	DOI: 10.24123/jbt.v4i1.2480
<b>Citation</b>	
<b>Source</b>	Jurnal Bisnis Terapan
<b>Source Issue</b>	Vol 4 No 1 (2020): Jurnal Bisnis Terapan Politeknik Ubaya
<b>Source Page</b>	37-46
<b>Url</b>	<a href="http://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/2480">http://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/2480</a>
<b>Author</b>	ASMI AYUNING HIDAYAH, S.E., M.Si