

**ABSTRAK**  
**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENTS TERHADAP MALE**  
**CONSUMERS SHOPPING BEHAVIOR PADA E-COMMERCE**  
**DI INDONESIA**

**Oleh**  
**NI PUTU EKA LUSIANA SUWENDRA**

*E-commerce* merupakan penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Banyak marketplace di Indonesia yang mengusung model bisnis *online* sebagai penyedia layanan jual-beli *online*. Salah satunya dengan menggunakan *celebrity endorsements* untuk membantu pemasaran dengan menjalin komunikasi antara *celebrity endorsements* dengan Perusahaan dalam menghadapi pesaingnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Untuk mengetahui Pengaruh *celebrity endorsements* terhadap male consumers shopping behavior pada e-commerce di indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengguna e-commerce di indonesia dengan sampel sebanyak 100 sampel dan teknik pengambilan sampel yang di gunakan adalah teknik *Non Probability Sampling* dengan pengambilan sampel menggunakan *Sampling Purposive* Penelitian ini menggunakan Program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) 20 dengan metode Regresi Linier Sederhana.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *celebrity endorsements* terhadap male consumers shopping behavior pada e-commerce di indonesia.

**Kata Kunci** : *Celebrity Endorsment*, *Customer Behavior* dan *e-commerce*.

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT ON MALE SHOPPING BEHAVIOR IN INDONESIAN E-COMMERCE**

**By :**

**NI PUTU EKA LUSIANA SUWENDRA**

E-Commerce is the use of communication and computer networks to carry out business processes. Many market places in Indonesia carry the online business model as a provider of online trading services. One of them is using celebrity endorsement to help marketing in establishing communication between celebrity endorsement and companies in dealing with competitors. The purpose of this study was to determine the effect of celebrity endorsement on male shopping behavior in e-commerce in Indonesia. The population in this study was e-commerce users in Indonesia with a sample of 100 samples. The result of this study showed that celebrity endorsement affected male shopping behavior.

**Keywords:** Celebrity Endorsement, Customer Behavior, e-Commerce