

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh selebriti *endorser*, daya tarik iklan dan citra merek terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen Shopee di Tegal, juga untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian di Shopee, sehingga dapat menjadi bahan tinjauan untuk meningkatkan kredibilitas Shopee sebagai situs belanja online.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Shopee di Tegal. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui kuisisioner dari sampel yang digunakan sejumlah 120 responden, dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dan *purposive sampling*. Kemudian, data diolah dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa selebriti *endorser*, daya tarik iklan dan citra merek berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada konsumen Shopee di Tegal. Sehingga seluruh hipotesis yang ditentukan antara selebriti *endorser*, daya tarik iklan dan citra merek terhadap pengambilan keputusan pembelian pada konsumen Shopee di Tegal diterima.

Kata Kunci : Selebriti *Endorser*, Daya Tarik Iklan, Citra Merek, Pengambilan Keputusan Pembelian