

ABSTRAK

Perkembangan minat belanja online semakin cepat terjadi yang ditandai dengan pertumbuhan berbagai macam e – commerce, salah satunya pengguna shopee. Tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh Citra Merek, Kredibilitas Merek, Kredibilitas *Endorser* Dan Tingkat Kesukaan *Endorser* Terhadap Sikap Merek Dan Minat Pembelian Kembali Pada *E-Commerce Shopee* Dengan Menggunakan Blackpink Sebagai *BrandAmbassador*. Obyek dalam penelitian ini merupakan konsumen pada platform shopee dimana jumlah responden adalah sebesar 135 responden dengan teknik analisis data yang digunakan berdasarkan output software smartpls.

Berdasarkan output SMARTPLS, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima yakni Citra Merek (*Brand Image*) berpengaruh positif terhadap Sikap Merek (*Attitude towards Brand*), hipotesis ketiga (H2) dalam penelitian ini diterima yakni Kredibilitas Brand (*Brand Credibility*) berpengaruh positif terhadap Sikap Merek (*Attitude towards Brand*) hipotesis keempat diterima yaitu terdapat pengaruh positif tingkat disukai selebriti (*endorser likeability*) terhadap sikap merek (*attitude towards brand*) dan H5 diterima yakni terdapat pengaruh positif tingkat sikap merek (*attitude towards brand*) terhadap minat membeli kembali (*repurchase intention*).

Kata kunci : Citra Merek, Kredibilitas Merek, Kredibilitas *Endorser* Dan Tingkat Kesukaan *Endorser*

