ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kredibilitas influencer yang diukur dengan Kepercayaan, Keahlian, Daya Tarik dan Hubungan Parasosial terhadap Niat Beli pelanggan studi pada subscibers channel media sosial Youtube influencer Fitra Eri. Variabel eksogen pada penelitian ini adalah Kepercayaan, Keahlian, Daya Tarik dan Hubungan Parasosial sedangan variabel endogen dalam penelitian ini adalah Niat Beli.

Pengujian hipotesis dalam penelitian kali ini menggunakan metode PLS atau *Partial Least Square* dengan *software* SmartPLS 3.0. Dalam penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan aplikasi *googleform* untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dari responden. Sampel pada penelitian ini sebesar 100 responden yang berasal dari populasi *subscribers channel* Youtube influencer Fitra Eri.

Hasil analisis dalam penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Keahlian berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Hubungan parasosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli.

Kata Kunci: Kredibilitas influencer, Kepercayaan, Keahlian, Daya Tarik, Hubungan Parasosial, Niat Beli.

Pengaruh Kredibilitas Influencer ..., Rafly Rafandani Muharramsyach, Ma.-IBS, 2022
Indonesia Banking School