

ABSTRAK

Kehadiran internet tentunya memberi dampak besar terhadap industri bisnis salah satunya yaitu *e-commerce*. Tokopedia merupakan salah satu *marketplace* terdepan di Indonesia. Kredibilitas *endorser* merupakan faktor penting untuk menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis deskriptif. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kredibilitas *endorser* dan variabel dependennya yaitu keputusan pembelian dengan jumlah responden 400 yang merupakan *viewers* dari iklan Tokopedia yang dibintangi oleh BTS. Hasil pengolahan data pada penelitian ini menghasilkan nilai $t_{hitung} 10,512 > t_{tabel} 1,965$ sehingga terdapat pengaruh kredibilitas *endorser* terhadap keputusan pembelian situs belanja online tokopedia.

Kata Kunci: Kredibilitas *Endorser*, Youtube, Keputusan Pembelian