

ABSTRAKSI

Di era teknologi yang berkembang begitu pesat, memungkinkan semua aktivitas dilakukan dengan cara yang lebih cepat dan efisien, seperti halnya transformasi media sosial instagram yang banyak beralih fungsi menjadi toko online yang menyediakan barang untuk dijual. Semakin banyaknya toko online ini memunculkan dilema bagi mayoritas calon konsumen yang khawatir akan kualitas barang yang dijual di toko online instagram tersebut. Munculnya dilema tersebut mengharuskan pengelola toko online instagram untuk berusaha membangun citra yang baik dimata konsumen. Salah satu cara yang populer dalam membangun citra akun toko online adalah dengan menggunakan selebriti yang kredibel sebagai pendukung produk atau yang biasa dipanggil endorsement. Penelitian yang membahas tentang selebriti endorsement memang sudah banyak dilakukan, namun sejauh ini penelitian mengenai selebriti endorsement di media sosial instagram masih sangat terbatas.

Penelitian ini dilakukan dengan desain survey. Data diperoleh dengan menyebar kuesioner pada pengunjung toko Cosmic Surabaya yang pernah berbelanja secara online melalui media sosial instagram. total partisipan yang berpartisipasi dalam penelitian berjumlah 172 orang. Hasil jawaban responden dalam kuesioner selanjutnya direkap dan ditabulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas endorser selebriti berpengaruh positif dalam meningkatkan citra toko. Meningkatnya citra toko online akun instagram tersebut mempengaruhi peningkatan niat untuk *follow* dan niat beli pelanggan pada akun toko online tersebut.

Penelitian ini menawarkan kontribusi untuk ilmu pengetahuan serta praktisi tentang bagaimana meningkatkan citra dengan menggunakan selebriti sebagai pendukung produk khususnya di media sosial instagram

Kata kunci: *celebrity endorsement, store image, behavioral intention, buying intention.*

ABSTRACT

In the era of technology which evolving so rapidly, allowing all the activities carried out in a ways faster and more efficient, as well as transformation of social media instagram that many converted into an online store that provides goods for sale. Increasing number of online stores raises a dilemma for the majority of potential consumers who are concerned about the quality of the goods which for sale in the online store such instagram. The emergence of this dilemma requires online store manager for trying to build a good image in the consumers view. One of popular way to build up online store image account is to use credible celebrity to support a product or commonly called endorsement. The study discusses about celebrity endorsement is already a lot to do, but so far research on celebrity endorsements in social media instagram is still very limited.

This research was conducted with the survey design. Data obtained by spreading questionnaires to visitors who has come in Cosmic store Surabaya and ever shopped online through social media instagram. total participants who participated in this study amounted to 172 people. Results of the questionnaire respondents subsequently recapitulated and tabulated. The results showed that the credibility of the celebrity endorser have positive effect in improving the image of the store. Increased online store image instagram account that affect the increase in the intention to follow and the purchase intention of customers on account of the online store.

This research offers a contribution to science and practitioners about how to improve the image by using celebrities as product support, especially in social media instagram.

Keywords: celebrity endorsement, store image, behavioral intention, buyng intention.