

Title : *Consumer Behavior Analysis of Intention to Buy On Social Commerce in Indonesia.*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine consumer behavior towards the intention to buy on social commerce in Indonesia. Research is quantitative using theories from previous studies Statistical analysis was performed using Multiple Linear Regression. Data were collected using questionnaires distributed online on samples of users who had made transactions and accessed social commerce sites as many as 161 people. Data analysis in this study using SPSS v25 software. The results of the hypothesis test show that variable E-WOM, Customer Satisfaction, Trust, Social Presence, and Information Quality significantly influence consumer intention to make a purchase, while sharing and social support variables have no significant effect

Keywords : *Online Shopping, Social Commerce, Purchase Intention*

Judul : Analisis Perilaku Konsumen terhadap Niat untuk Membeli pada Social Commerce di Indonesia.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap niat untuk membeli pada social commerce di Indonesia. Penelitian bersifat kuantitatif menggunakan teori-teori dari penelitian-penelitian sebelumnya Analisis statistik dilakukan dengan menggunakan Regresi Linear Berganda. Data-data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang didistribusikan secara online pada sampel pengguna yang pernah melakukan transaksi dan mengakses situs social commerce sebanyak 161 orang. Analisis data pada penelitian ini menggunakan software SPSS v25. Hasil uji hipotesis memperlihatkan bahwa variabel E-WOM, Customer Satisfaction, Trust, Social Presence, dan Information Quality berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen untuk melakukan pembelian, sedangkan variabel sharing dan social support tidak berpengaruh.

Keywords : *Belanja Online, Social Commerce, Niat Membeli*