

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kredibilitas endorser dan kredibilitas merek efek mediasi sikap terhadap niat beli konsumen. Penelitian ini dilakukan pada pengguna e-commerce pada belanja belanja online shopping. Metode analisis yang digunakan yaitu kuantitatif dengan alat analisis SmartPLS 3.0. Metode penelitian menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang didapat adalah 385 sampel pengguna onlne shopping. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kredibilitas endorser berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen, kredibilitas merek berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen dan efek mediasi sikap berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen.

**Kata Kunci :** Kredibilitas Endorser, Kredibilitas Merek, Sikap dan Niat Beli Konsumen.

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of profitability, liquidity and activity on stock prices of retail trading sub-sector companies listed on the Indonesian stock exchange in 2016-2020. This research was conducted on retail sub-sector companies listed on the Indonesian stock exchange in 2016-2020. The analytical method used is quantitative with the SmartPLS 3.0 analysis tool. The research method used purposive sampling. The number of samples obtained is 16 companies. The results of this study indicate that the profitability variable has no effect on stock prices, liquidity has no effect on stock prices and activity has a positive effect on stock prices.*

**Keywords :** *Profitability, Liquidity, Activity, Stock Price*