

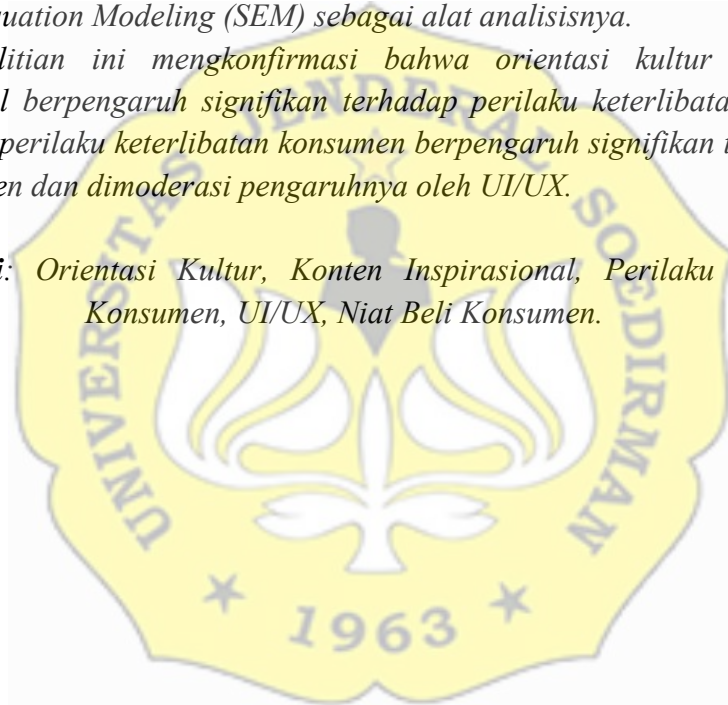
## ABSTRAK

*Proses penjualan merupakan bagian terpenting dari tahapan marketing. Sehingga memahami konsumen adalah dasar yang harus dipahami sebelum menjual produk. Maka dari itu penelitian ini fokus pada strategi marketing di bagian proses penjualan.*

*Peneliti mengobservasi dan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen dan perilaku keterlibatan konsumen. Penelitian ini melibatkan 140 Responden dengan berbagai macam latar belakang dan pengalaman berbelanja di Shopee. Metode riset yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan Structure Equation Modeling (SEM) sebagai alat analisisnya.*

*Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa orientasi kultur dan konten inspirasional berpengaruh signifikan terhadap perilaku keterlibatan konsumen. Selanjutnya perilaku keterlibatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen dan dimoderasi pengaruhnya oleh UI/UX.*

**Kata Kunci:** *Orientasi Kultur, Konten Inspirasional, Perilaku Keterlibatan Konsumen, UI/UX, Niat Beli Konsumen.*



## ABSTRACT

Sales process is the essential in the marketing stage. Aware to the consumer needs is a basic to be understand before sell a product. Therefore, this study focuses on marketing strategies in the sales process. Researchers observe and examine the factors that influence consumer purchase intentions and consumer engagement behavior.

This study involved 140 respondents with various backgrounds and shopping experiences at Shoppe. The research methodology used in this study is quantitative with structure equation modeling (SEM) as an analytical tool.

This study confirms that cultural orientation and inspirational content have a significant influence on consumer engagement behavior. Furthermore, consumer engagement behavior has a significant influence on consumer purchase intentions and the influence is moderated by UI/UX.

**Keyword:** Cultural Orientation, Inspirational Content, Consumer Engagement Behavior, UI/UX, Consumer Purchase Intention.

