

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram dan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli di Tokopedia”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan media sosial Instagram dan *brand ambassador* terhadap minat beli di Tokopedia secara parsial maupun simultan. Pendekatan penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif kausal. Metode yang digunakan adalah survei dengan menyebarkan kuesioner kepada pengikut akun Instagram Tokopedia. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan menggunakan rumus Taro Yamane sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terpaan media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Tokopedia dengan nilai signifikansi 0,010, (2) *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Tokopedia dengan nilai signifikansi 0,011, dan (3) terpaan media sosial Instagram dan *brand ambassador* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Tokopedia dengan nilai signifikansi 0,000.

Kata Kunci: *Terpaan, Brand Ambassador, Minat Beli*

## **ABSTRACT**

*The research is titled “The Influence of Instagram Social Media Exposure and Brand Ambassador on Buying Interest in Tokopedia”. The purpose of this study was to determine whether there was a partial or simultaneous effect of Instagram social media exposure and brand ambassador on buying interest in Tokopedia. The research approach is a quantitative approach with a causal associative type. The research method used is a survey by distributing questionnaires to Tokopedia’s Instagram account followers. The sample selection used purposive sampling technique and using the Taro Yamane’s formula so that a sample of 100 respondents was obtained. Data analysis in this study using multiple linear regression. The results showed that: (1) Instagram’s social media exposure significantly affect the buying interest in Tokopedia with a significance value of 0,010, (2) brand ambassador significantly affect the buying interest in Tokopedia with a significance value of 0,011, (3) Instagram’s social media exposure and brand ambassador simultaneously affect the buying interest in Tokopedia with a significance value of 0,000.*

*Keywords: Exposure, Brand Ambassador, Buying Interest*

## **RINGKESAN**

*Panalungtikan ieu dijudulan “Pangaruh Paparan Media Sosial Instagram sarta Brand Ambassador Ka Minat Meser di Tokopedia”. Tujuan panalungtikan ieu teh kanggo terang apakah aya pangaruh paparan media sosial Instagram sarta brand ambassador ka minat meser di Tokopedia sacara parsial atawa simultan. Pendekatan panalungtikan ieu mangrupa pendekatan kuantitatif kalawan rupa asosiatif kausal. Metode anu dipake nyaeta survei kalawan nyebarkeun angket ka pamilu Instagram Tokopedia. Pengambilan sampel dipigawe kalawan teknik purposive sampling sarta ngagunakeun rumus Taro Yamane ku kituna ditampa sampel saloba 100 responden. Analisis data dina panalungtikan ieu ngagunakeun regresi linear berganda. Kenging panalungtikan nembongkeun bahwa: (1) paparan media sosial Instagram boga pangaruh signifikan ka minat meser di Tokopedia kalawan peunteun signifikansi 0,010, (2) brand ambassador boga pangaruh signifikan ka minat meser di Tokopedia kalawan peunteun signifikansi 0,011, (3) paparan media sosial Instagram sarta brand ambassador sakaligus boga pangaruh signifikan ka minat meser di Tokopedia kalawan peunteun signifikansi 0,000.*

*Kata Kunci: Paparan, Duta Merek, Minat Meser*