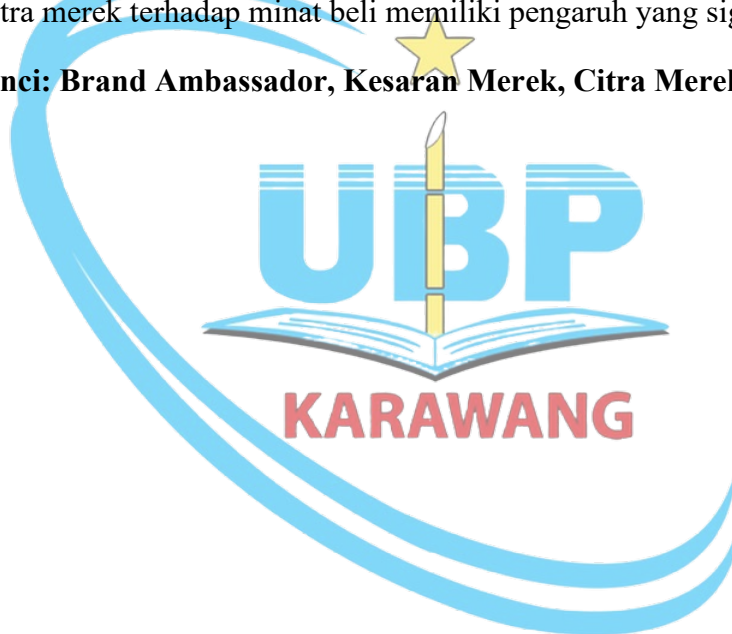


ABSTRAK

Tokopedia adalah salah satu pasar paling terkenal di Indonesia. Untuk meningkatkan daya saing citra merek setiap produk, Indonesia memberikan pengalaman belanja online yang lebih aman dan nyaman sekaligus memudahkan dan gratis bagi setiap individu dan pemilik bisnis di Indonesia untuk membangun dan menjalankan bisnis online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand ambassador, kesadaran merek terhadap minat beli serta citra merek sebagai variabel intervening di Tokopedia. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, yaitu melalui studi literatur yang berkaitan dengan topik penelitian ini, serta studi lapangan di lakukan dengan cara menyebarkan kuisioner sebanyak 66 responden melalui google formulir kepada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2018. Berdasarkan hasil dari evaluasi keseluruhan menyatakan bahwa variabel brand ambassador, kesadaran merek, citra merek terhadap minat beli memiliki pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Kesadaran Merek, Citra Merek, Minat Beli



ABSTRACT

Tokopedia is one of the most famous marketplaces in Indonesia. To improve the competitiveness of the brand image of each product, Indonesia provides a safer and more convenient online shopping experience while making it easy and free for every individual and business owner in Indonesia to build and run an online business. This study aims to determine the effect of brand ambassadors, brand awareness on buying interest and brand image as an intervening variable at Tokopedia. This research was conducted using descriptive and verification methods, namely through literature studies related to this research topic, and field studies were carried out by distributing questionnaires to 66 respondents via google forms to students at Buana Perjuangan Karawang University class 2018. Based on the results of the overall evaluation stated that the variable brand ambassador, brand awareness, brand image on buying interest has a significant influence.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Advice, Brand Image, Buying Interest*

