

ABSTRAK

ANDRE REZA MAHENRA. NIM 2021117010. Pengaruh Promosi Digital dan Social Media Influencer Pada @annisanurindriyanti Terhadap Minat Pembelian. Di bawah bimbingan Ibu

Annisa Retno Utami, SE, MSM.

Persaingan ketat antar bisnis Food and Beverage di Jakarta menyebabkan pemanfaatan Social

Media Influencer sebagai salah satu saluran pemasaran semakin lumrah. Social Media Influencer

@annisanurindriyanti merupakan salah satu Social Media Influencer yang kerap kali bekerja

sama dengan berbagai brand Food and Beverage untuk kegiatan ini. Permasalahan yang akan

dibahas dalam skripsi ini adalah: Bagaimana pengaruh promosi digital dan Social Media

Influencer pada @annisanurindriyanti terhadap minat pembelian? Teknik pengumpulan data

dilakukan dengan menyebarkan kuisioner. Populasi pengumpulan data ini adalah para pengikut

@annisanurindriyanti. Jumlah sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 responden, dengan

metode Purposive Sampling dengan teknik Non-Probability Sampling. Metode analisis yang

digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Untuk mengetahui signifikansi variabel Promosi

Digital dan Social Media Influencer secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat

Pembelian dilakukan uji F. Berdasarkan hasil uji, ditemukan bahwa adanya pengaruh signifikan

antara Promosi Digital dan Social Media Influencer terhadap Minat Pembelian. Selanjutnya agar

Minat Pembelian semakin meningkat, maka @annisanurindriyanti perlu meningkatkan kualitas

Promosi Digital & aspek Social Media Influencer pada dirinya.

Kata Kunci: Promosi Digital, Social Media Influencer, dan Minat Pembelian.

ABSTRACT

ANDRE REZA MAHENRA. NIM 2021117010. The Influence of Digital Promotion and Social

Media Influencer on @annisanurindriyanti on Purchase Intention. Supervised by Mrs. Annisa

Retno Utami, SE, MSM.

The intense competition among Food and Beverage businesses in Jakarta has led to the increasing use of Social Media Influencers as one of the marketing channels. Social Media

Influencer @annisanurindriyanti is one such influencer who frequently collaborates with various

Food and Beverage brands for these activities. The issue to be discussed in this thesis is: How do

digital promotion and Social Media Influencer activities on @annisanurindriyanti influence

purchase intention? Data collection was conducted by distributing questionnaires. The data

population comprises the followers of @annisanurindriyanti. The sample size in this study

consisted of 100 respondents with Purposive Sampling method and Non-Probability Sampling

Technique. The method of analysis used is Multiple Linear Regression. To determine the significance of the influence of Digital Promotion and Social Media Influencer variables on

Purchase Intention collectively, an F-test was conducted. The results show a significant influence of Digital Promotion and Social Media Influencer on Purchase Intention. To further

increase Purchase Intention, @annisanurindriyanti needs to improve the quality of her Digital

Promotion and the Social Media Influencer aspects of herself.

Keywords: Digital Promotion, Social Media Influencer, and Purchase Intention.