

## ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia yang cukup pesat telah memberikan dampak positif untuk perekonomian nasional salah satunya adalah tumbuhnya berbagai platform jual beli online atau e-commerce. Pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi memiliki implikasi serupa terhadap pertumbuhan PDB (produk domestik bruto) yang merupakan indikator yang umum digunakan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun. Media sosial pun menjadi salah satu saluran pemasaran yang digunakan perusahaan *e commerce* untuk menarik minat beli konsumen, salah satu perusahaan *e commerce* yang menggunakan media sosial sebagai saluran pemasaran adalah bukalapak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Social Media Marketing dan Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Bukalapak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *sampling purposive* jumlah responden 100 responden penduduk yang mengetahui dan menggunakan aplikasi Bukalapak di Kota Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif untuk variabel *social media* berada dalam kategori baik dengan persentase sebesar 83,77%, variabel *brand image* berada dalam kategori baik dengan persentase sebesar 82,1%, variabel minat beli berada dalam kategori baik dengan persentase sebesar 82,42%, Berdasarkan hasil pengujian pengaruh secara parsial dapat disimpulkan bahwa terdapat variabel Dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Social Media Marketing dan Brand Image* secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli sebesar 76,4%, sedangkan sisanya 23,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil ini menggambarkan bahwa turun naiknya Minat Beli aplikasi Bukalapak ditentukan oleh variabel *Social Media Marketing dan Brand Image*.