

ABSTRAK

Tokopedia adalah mall *online* yang memungkinkan penjual untuk membuka tokonya dan melakukan penjualan dengan mudah tanpa harus memikirkan sewa toko dan bayar gaji pegawai. Mengedepankan keamanan transaksi, Tokopedia menawarkan sebuah pengalaman jual beli *online* yang aman, mudah dan nyaman. adanya suatu penurunan pengunjung Tokopedia dari mulainya adanya *brand ambassador* BTS yang dimana menduduki K-pop terkenal dan banyak penghargaan namun pada saat Tokopedia bekerja sama dengan BTS data Q4 2019 pada bulan Oktober hingga Q2 2020 serta *brand image* yang dibangun melalui komunikasi pemasaran juga dapat berdampak kepada minat para konsumen Tokopedia. Penelitian ini terdapat tiga variabel dengan variabel independent yaitu *Brand Ambassador* (X_1), dan *Brand Image* (X_2) serta variabel dependen Minat Beli (Y) yang bertujuan untuk menguji apakah *brand ambassador* dan *brand image* berpengaruh terhadap minat beli pengguna Tokopedia di DKI Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna Tokopedia di DKI Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling jenis kuota sampling. Sampel dari penelitian ini yaitu 100 responden di DKI Jakarta yang menggunakan Tokopedia. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur. Hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan bahwa variabel *brand ambassador*, *brand image*, dan minat beli pengguna Tokopedia di DKI Jakarta berada pada kategori baik. Hasil analisis jalur juga menunjukkan bahwa *brand ambassador* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan *brand image* berpengaruh terhadap minat beli.

Kata Kunci: *brand ambassador*, *brand image*, minat beli