

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* BTS (Bangtan Seonyeondan) terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia di Kota Bandung. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana tanggapan konsumen Tokopedia terhadap BTS sebagai *Brand Ambassador* Tokopedia, bagaimana tanggapan terhadap Minat Beli konsumen Tokopedia di Kota Bandung, besarnya pengaruh BTS sebagai *Brand Ambassador* terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-korelasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (uji t) didapat bahwa variabel BTS sebagai *Brand Ambassador* Tokopedia terdapat pengaruh negatif yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia di Kota Bandung. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung  $(-6.609) < ttabel (-1.984)$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil koefisien determinasi didapat bahwa pengaruh variabel BTS sebagai *Brand Ambassador* Tokopedia (X) terhadap Minat Beli (Y) adalah sebesar 30,8%.

Kesimpulan penelitian ini, pengaruh BTS sebagai *Brand Ambassador* Tokopedia masuk kedalam kategori tidak baik dan mendapatkan pengaruh negatif yang signifikan terhadap Minat Beli konsumen Tokopedia di Kota Bandung.

Kata Kunci : *Brand Ambassador, Consumen Behaviour, Purchase Intention*