

**PENGARUH PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL, *CELEBRITY*  
*ENDORSER*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI DI  
AIJO OFFICIAL SHOP**

**ABSTRAK**

Kebutuhan individu yang semakin meningkat dan makin beragam menyebabkan ilmu pengetahuan serta teknologi semakin berkembang, sehingga menciptakan era globalisasi. Globalisasi yang cakupan ruang lingkungannya luas membuat perdagangan semakin bebas, hal itu memicu banyaknya produsen ataupun perusahaan-perusahaan saling bersaing untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas produknya agar dapat menjadi yang terbaik. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pemasaran media sosial, *celebrity endorser*, dan *brand awareness* terhadap minat beli konsumen pada produk Aijo Official Shop. Penelitian dilakukan di Aijo Official Shop. Aijo Official Shop merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *fashion*. Aijo Shop terletak di Jalan Tukad Gangga No. 777, Dauh Puri, Kec. Denpasar Selatan, Denpasar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *probability sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan software SPSS versi 25. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran media sosial, *celebrity endorser*, dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Aijo Official Shop.

**Kata Kunci:** *Pemasaran di media sosial, celebrity endorser, brand awareness, minat beli*

UNMAS DENPASAR