

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *CELEBRITY ENDORSEMENT*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI THE KERANJANG BALI

ABSTRAK

Salah satu bisnis retail yang saat ini terus gencar dan meningkatkan minat beli konsumen untuk membeli produk dan mengunjungi tokonya adalah The Keranjang Bali. Jumlah pengunjung di The Keranjang Bali mengalami penurunan mulai tahun 2020 - 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Digital Marketing*, *Celebrity Endorsement*, Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Di The Keranjang Bali. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk di Kota Badung yang pernah berbelanja di The Keranjang Bali di mana populasi ini tidak diketahui jumlahnya. Metode penentuan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling*, maka ukuran sampel penelitian ini ditetapkan sebanyak 80 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli The Keranjang Bali. *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli The Keranjang Bali. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli The Keranjang Bali

Kata Kunci: *digital marketing, celebrity endorsement, brand image, minat beli*

ABSTRACT

One of the retail businesses that is currently continuing to be intense and increasing consumer buying interest to buy products and visit the store is The Keranjang Bali. The number of visitors to The Keranjang Bali has decreased starting in 2020 - 2021. This study aims to determine the effect of digital marketing, celebrity endorsement, and brand image on consumer buying interest at The Keranjang Bali. The population in this study are residents in Badung City who have shopped at The Keranjang Bali where the population is unknown. The sample determination method used was non-probability sampling, so the sample size for this study was set at 80 respondents. The analysis technique used is multiple linear regression analysis technique. The results of this study indicate that Digital Marketing has a positive and significant effect on the purchase intention of The Keranjang Bali. Celebrity Endorsement has a positive and significant effect on the buying interest of The Keranjang Bali. Brand Image has a positive and significant effect on Intention to buy The Keranjang Bali

Keywords: *digital marketing, celebrity endorsement, brand image, buying interes*