

ABSTRAK

Rini Anggraeni Rudi. 2024. “Pengaruh Penggunaan Digital Marketing dan Endorsment Selebgram terhadap Minat Beli Konsumen di Kabupaten Luwu Utara”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muh. Ginanjar, SE., M.M.

Penelitian ini mengungkapkan pokok permasalahan yang berkenaan dengan minat beli konsumen. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh penggunaan digital marketing dan endorsment selebgram terhadap minat beli konsumen di Kabupaten Luwu Utara.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dekskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua masyarakat yang menggunakan sosial media di Kabupaten Luwu Utara yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian dari masyarakat di Kabupaten Luwu Utara saat dilaksanakan penelitian sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini bentuk pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *convenience* sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan membagikan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan *digital marketing* terhadap minat beli konsumen di Kabupaten Luwu Utara. Terdapat pengaruh *endorsment* selebgram terhadap minat beli konsumen di Kabupaten Luwu Utara. Terdapat pengaruh *endorsment* selebgram terhadap minat beli konsumen di Kabupaten Luwu Utara. Terdapat pengaruh penggunaan *digital marketing* dan *endorsment* selebgram terhadap minat beli konsumen di Kabupaten Luwu Utara.

Kata Kunci: Digital marketing, endorsement selebgram, minat beli