ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari penggunaan Duta Merek terhadap Citra Merek Tokopedia dan Minat Beli para pengguna aplikasi Tokopedia, serta mengembangkan sebuah model konseptual bagaimana meningkatkan Minat Beli menggunakan aplikasi Tokopedia melalui peran mediasi Citra Merek. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner tertutup yang disebarkan secara dalam jaringan (daring).

Pengambilan data dalam penelitian ini melibatkan 110 responden yang digunakan sebagai sampel yang dipilih dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria responden minimal 17 tahun, berdomisili di Kota Semarang, dan merupakan pengguna aplikasi Tokopedia. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kuantitatif dan struktural menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan alat berupa program *Analysis Moment of Structural* (AMOS) versi 21.

Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa Duta Merek memiliki pengaruh positif terhadap Citra Merek, sejalan dengan hal tersebut ditemukan juga bahwa Citra Merek memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli, selanjutnya terbukti dalam penelitian ini bahwa Duta Merek memiliki pengaruh positif terhadap Minat beli, dan yang terakhir ditemukan bahwa Citra Merek tidak memiliki peran mediasi antara Duta Merek terhadap Minat Beli.

Kata kunci: Duta Merek, Citra Merek, Minat Beli.

SEMARANG

FEB UNDIP