

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN *INFLUENCER*  
ENDORSEMENT TERHADAP NIAT BELI PENGGUNA  
E-COMMERCE TOKOPEDIA**  
(Survei pada Masyarakat Pengguna Tokopedia di Sleman Yogyakarta)

**SALSA YANIS MELINA**  
NIM. 141190104

**Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis, Universitas Pembangunan “Veteran” Yogyakarta**  
Email: [salsayanis88@gmail.com](mailto:salsayanis88@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran media sosial dan *influencer endorsement* terhadap niat beli pada masyarakat pengguna *e-commerce* Tokopedia di Sleman, Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna *e-commerce* Tokopedia di Sleman, Yogyakarta. Metode pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner secara *online*. Metode pengambilan sampel adalah dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Metode analisis dan pengolahan data yaitu metode deskriptif dan kuantitatif menggunakan analisis linear berganda dengan bantuan program IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel pemasaran media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel niat beli dan (2) variabel *influencer endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel niat beli.

**Kata kunci:** *E-commerce*, pemasaran media sosial, *influencer endorsement*, niat beli.