

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Digital Marketing*, *Influencer* dan Harga terhadap Minat Beli. Metode pengambilan sampling yang diambil adalah *sampling insidental*. Penelitian ini menggunakan teknik *sampling insidental* karena jumlah populasi yang tak terhingga. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di Pabean, Kecamatan Sedati-Sidoarjo. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda. Uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Harga paling dominan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli, variabel *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, variabel *Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Secara simultan *Digital Marketing*, *Influencer* dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Kata kunci : *Digital Marketing*, *Influencer*, Harga dan Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of digital marketing, influencers and prices on buying interest. The sampling method used is incidental sampling. This study uses incidental sampling technique because the population is infinite. The sample in this study were Shopee application users in Customs, Sedati-Sidoarjo District. The number of samples in this study were 100 respondents. Collecting data using a questionnaire. The data used are primary and secondary data. The data analysis method used in this research is Multiple Linear Regression. The test instruments used are validity and reliability tests. The results of this study indicate that partially the most dominant Price variable has a significant and positive effect on Buying Interest, the Digital marketing variable has a positive and significant impact on Buying Interest, the Influencer variable has a positive and significant impact on Buying Interest. Simultaneously Digital Marketing, Influencer and Price have a positive and significant impact on Buying Interest.

Keywords: Digital Marketing, Influencers, Price and Buying Interest