

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan telekomunikasi yang pesat membuat perusahaan ataupun badan usaha lainnya memanfaatkan berbagai marketplace yang ada untuk menjual produk-produk mereka. Tokopedia menjadi marketplace yang paling banyak dikunjungi pada kuartal pertama tahun 2022. Penggunaan influencer internasional maupun nasional memiliki peran penting dalam meningkatnya jumlah pengunjung tokopedia. Penyebaran informasi yang dilakukan oleh para influencer akan mempengaruhi keinginan atau minat calon pelanggan yang sebelumnya tidak mengetahui dan tidak berminat pada produk perusahaan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh social media influencer terhadap minat beli pada *marketplace* tokopedia

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat kota pekanbaru yang memiliki akun tokopedia. penelitian ini memiliki 400 jumlah responden yang didapati dari penyebaran kuisioner menggunakan google form. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah metode structural equation modeling (SEM) dengan menggunakan software WarpPLS 7.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa social media influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. sehingga kenaikan jumlah kunjungan pada tokopedia bisa diakibatkan pengaruh social media influencer yang digunakan oleh tokopedia sendiri dan juga peningkatan *social media influencer* berbanding lurus dengan peningkatan minat beli pada *marketplace* Tokopedia.

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan gambaran untuk Tokopedia dan perusahaan *marketplace* lainnya untuk meningkatkan kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan dengan *social media influencer* dan bekerja sama dengan para perusahaan *social media*, penelitian ini di harapkan untuk dapat dijadikan bahan penelitian untuk peneliti selanjutnya dengan objek atau perusahaan yang berbeda dan bidang usaha yang berberda.

Kata kunci: Analisis SEM, Influencer sosial media, *Marketplace*