

ABSTRAK

Pada masa *pandemic* Covid - 19 saat ini sangat memberi dampak pada kehidupan dimana pada banyak orang yang terkena dampak seperti dikeluarkan dari pekerjaan, perekonomian yang menurun, dan bahkan terdapat beberapa masyarakat yang menjadi tidak berdaya. Namun untuk menyambung hidup atau perekonomiannya masyarakat memulai membuka bisnis *online* dimana banyak masyarakat mulai menjual produk atau jasanya melalui *online*,

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *brand image*, testimoni, dan *customer service* terhadap niat beli konsumen pada akun bisnis sosial media Instagram yang berdomisili di Kota Cikarang secara parsial dan simultan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 384 responden dengan metode sampel yang digunakan adalah *non- probability sampling* dan menggunakan jenis *purposive sampling*. Kriteria responden pada penelitian ini merupakan pengguna sosial media Instagram dengan rentang usia produktif (15 - 64 tahun) dan berdomisili di Kota Cikarang. Pengolahan data menggunakan *software* IBM SPSS statistik versi 26, mulai dari uji validitas dan reliabilitas hingga teknik analisis data yang menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk kuesioner melalui *Google Form* dan dibantu dengan skala likert.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen pada akun bisnis sosial media Instagram. Sedangkan secara simultan *brand image*, testimoni, dan *customer service* secara bersamaan berpengaruh terhadap niat beli pada sosial media Instagram di Cikarang. menggunakan metode kuantitatif dengan unit analisis individu pengguna sosial media Instagram di Cikarang.

Kata Kunci : Testimoni, *Brand Image*, *Customer Service*, Niat Beli