

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana seorang Bunga Citra Lestari sebagai duta merek Blibli.com bisa memberikan dampak terhadap citra merek dan memberikan pengaruh minat beli konsumen pada Blibli.com. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-Analisis SEM. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan responden sebanyak 150 orang.

Hasil penelitian hipotesis duta merek berpengaruh signifikan terhadap citra merek, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $8,083 > 1,96$  dan nilai signifikan  $0,000 > 0,05$  serta nilai koefisien regresi sebesar 0,511 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara duta merek (X) dan minat beli (Z) adalah positif. Duta merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli, hal ini dibuktikan dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $3,021 > 1,96$  dan nilai signifikan  $0,003 > 0,05$  serta nilai koefisien regresi sebesar 0,222 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara duta merek dengan minat beli adalah positif. Citra merek berpengaruh terhadap minat beli, hal ini dibuktikan dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $9,805 > 1,96$  dan nilai signifikan  $0,000 > 0,05$  serta nilai koefisien regresi sebesar 0,574 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara citra merek terhadap minat beli adalah positif. Duta merek berpengaruh terhadap minat beli yang dimediasi oleh citra merek, hal ini dibuktikan dengan nilai  $T_{Statistics} > T_{tabel}$  yaitu  $9,805 > 1,96$  dan nilai signifikan  $0,000 > 0,05$  serta nilai koefisien regresi 0,294 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara duta merek terhadap minat beli yang dimediasi oleh citra merek adalah positif.

**Kata kunci:** *E-commerce, Duta merek, Citra merek, Minat beli*