

ABSTRAK

Pengaruh Penggunaan Media Promosi *Endorse* dan *Paidpromote* Terhadap Minat Beli Gamis Syar'i di *Online Shop* Alfihuraiyah_

Endorse dan *Paidpromote* merupakan beberapa media promosi dimana kedua media promosi itu diterapkan oleh *online shop* Alfihuraiyah_ untuk membuat konsumen agar tertarik membeli gamis syar'i karena kedua media promosi itu diperankan oleh artis terkenal dan akun-akun yang sudah memiliki banyak followers sehingga penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh penggunaan media promosi *endorse* dan *paidpromote* islami terhadap minat beli gamis syar'i di *online shop* Alfihuraiyah_ secara parsial dan simultan.

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. data yang dikumpulkan melalui metode kuesioner yang terdiri atas 106 responden konsumen yang membeli gamis syar'i di *online shop* Alfihuraiyah_ melalui *endorse* atau *paidpromote* dengan menggunakan metode *random sampling* untuk mengetahui jawaban responden. Kemudian dilakukan analisis dari data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif yang meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil uji tersebut memperoleh hasil yaitu secara parsial *endorse* memiliki pengaruh positif terhadap minat beli gamis syar'i di Alfihuraiyah_, secara parsial *paidpromote* tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli gamis syar'i di Alfihuraiyah_, serta secara simultan *endorse* dan *paidpromote* berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli gamis syar'i di Alfihuraiyah_.

Kata Kunci: *Endorse*, *Paidpromote*, Minat Beli

ABSTRACT

The influence of the Use Media Promotion Endorse and Paidpromote On Buying Interest Gamis Syar'i in the Online Shop Alfihurairyah_

Endorse and Paidpromote are some of the promotional media wherein the second media promotion that is applied by the online shop Alfihurairyah_, to create consumers in order to interested to buy gamis syar'i, because both the media portrayed by the famous artist and the accounts that already have many followers. Therefore, the author is interested to investigate how the influence of the use media promotion endorse and paidpromote islamic to interest buy the gamis syar'i in the online shop Alfihurairyah_ in partial and simultaneous.

In this research the type of research is use quantitative research. The data collected through the method of questionnaire which consists of 106 respondents consumers who buy gamis syar'i in the online shop Alfihurairyah_ and through endorse or paidpromote by using the method of random sampling to determine the respondents' answers. Then the analysis of the data obtained in the form of quantitative analysis which includes validity test, reliability test, classic assumption test, and multiple linear regression test.

Based on the results of these trials is to obtain results that partially endorse have a positive influence on buying interest gamis syar'i in Alfihurairyah_, partial paidpromote don,t have influence on buying interest gamis syar'i in Alfihurairyah_, as well as simultaneously endorse and paidpromote influential together to buying interest of the gamis syar'i in Alfihurairyah_.

Key Words: *Endorse, Paidpromote, Buying Interest.*