

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Media Sosial, Harga dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Jesse Factory Tulungagung" ini ditulis oleh Ovicha Niken Lestari, NIM. 126405202109, program studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Galih Pradananta, M.Si.

Minat beli adalah salah satu komponen yang perlu diperhatikan untuk memulai usaha. Pada era globalisasi seperti ini banyak sekali perubahan khususnya teknologi dan komunikasi yang makin beragam, media sosial menjadi salah satunya yang saat ini dapat digunakan dalam promosi. Tidak hanya itu pengaruh harga yang ditawarkan kepada pelanggan serta variasi produk guna menarik minat pelanggan yang nantinya sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan. Dengan demikian penelitian ini menggunakan masalah minat beli guna mengetahui pengaruh media sosial, harga dan variasi produk terhadap minat beli pada Toko Jesse Factory Tulungagung.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Untuk kriteria populasi yaitu konsumen di Toko Jesse Factory. Dengan mengambil 100 responden yang digunakan untuk penelitian. Teknik nonprobability sampling yang digunakan untuk pengambilan sampel.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: (1) Media Sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli pada Toko Jesse Factory Tulungagung. (2) Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli pada Toko Jesse Factory Tulungagung. (3) Variasi Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli pada Toko Jesse Factory Tulungagung. (4) Media Sosial, Harga dan Variasi Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli dan bersama-sama atau simultan terhadap minat beli pada Toko Jesse Factory Tulungagung.

Kata kunci: Media Sosial, Harga, Variasi Produk dan Minat Beli

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Social Media, Prices and Product Variations on Consumer Purchase Interest at the Jesse Factory Tulungagung Store" was written by Ovicha Niken Lestari, NIM. 126405202109, Sharia Business Management study program, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, supervisor Galih Pradananta, M.Sc.

Purchase interest is one of the components that need to be considered when starting a business. In this era of globalization, there are many changes, especially in technology and communication which are increasingly diverse, social media is one of the things that can now be used in promotions. Not only that, the influence of the prices offered to customers as well as product variations to attract customer interest will be in line with what they need and want. Thus, this research uses the problem of purchasing interest to determine the influence of social media, price, and product variety on purchasing interest at the Jesse Factory Tulungagung Store.

This research uses quantitative research methods. The population criteria are consumers at the Jesse Factory Store. By taking 100 respondents used for research. A nonprobability sampling technique was used for sampling.

The results of the research show that: (1) Social Media has a positive and significant effect on purchasing interest at the Jesse Factory Tulungagung Store. (2) Price has a positive and significant effect on purchasing interest at the Jesse Factory Tulungagung Store. (3) Product variety has a positive and significant effect on purchasing interest at the Jesse Factory Tulungagung Store. (4) Social Media, Prices, and Product Variations have a positive and significant influence on buying interest and together or simultaneously on buying interest at the Jesse Factory Tulungagung Store.

Keywords: Social Media, Price, Product Variation and Buying Interest