

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, *Social Media Marketing*, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan Samchick” ini ditulis oleh Ike Firda Yuliani, NIM 126405203243, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan. Perusahaan harus memahami kebutuhan, keinginan, dan preferensi konsumen untuk mengembangkan produk yang diminati dengan merancang strategi pemasaran yang kuat dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Salah satu faktor yang harus diperhatikan perusahaan untuk menarik minat beli konsumen adalah dengan memperkuat *brand image*, gencar melakukan *social media marketing* agar semakin yang mengenal produk dan tertarik untuk melakukan pembelian produk, serta meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) pengaruh *brand image* terhadap minat beli konsumen pada perusahaan samchick, (2) pengaruh *social media marketing* terhadap minat beli konsumen pada perusahaan samchick, (3) pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan samchick, dan (4) pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada perusahaan samchick.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan sampel berjumlah 148 responden yaitu konsumen produk samchick. Sumber data yang digunakan menggunakan data primer. Kuesioner hasil penelitian di analisis menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0, yaitu dengan uji model pengukuran (*outer model*), model struktural (*inner model*) dan pengujian hipotesis.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa (1) *brand image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada perusahaan samchick, (2) *social media marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada perusahaan samchick, (3) kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada perusahaan samchick, dan (4) kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada perusahaan samchick.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Kualitas Pelayanan*, *Kualitas Produk*, *Minat Beli Konsumen*, *Social Media Marketing*

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Brand Image, Social Media Marketing, Product Quality, and Service Quality on Consumer Purchase Interest in the Samchick Company" was written by Ike Firda Yuliani, NIM 126405203243, Department of Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervised by Rendra Erdkhadifa, M.Si.

This research is motivated by several factors that determine a company's success. Companies must understand consumer needs, desires and preferences to develop products that are in demand by designing strong marketing strategies that can survive business competition. One of the factors that companies must pay attention to to attract consumers' buying interest is by strengthening their brand image, intensively carrying out social media marketing so that more people know about the product and are interested in purchasing the product, as well as improving product quality and service quality.

The objectives of this study are to determine (1) the influence of brand image on consumer purchase intention at Samchick, (2) the influence of social media marketing on consumer purchase intention at Samchick, (3) the influence of product quality on consumer purchase intention at Samchick, and (4) the influence of service quality on consumer purchase intention at Samchick.

This research uses quantitative methods and associative research types. The sampling technique in this research used a non-probability sampling technique with a sample of 148 respondents, namely consumers of Samchick products. The data source used uses primary data. The research results questionnaire was analyzed using the SmartPLS 3.0 application, namely by testing the measurement model (outer model), structural model (inner model) and hypothesis testing.

The results of hypothesis testing show that (1) brand image does not have a significant effect on consumer buying interest in the Samchick company, (2) social media marketing has a significant effect on consumer buying interest in the Samchick company, (3) product quality has a significant effect on buying interest consumers at the Samchick company, and (4) service quality does not significantly influence consumer buying interest at the Samchick company.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Product Quality, Consumer Purchase Interest, Social Media Marketing