

ABSTRAK

ABSTRAK

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK FASHION ROUGHNECK DI INSTAGRAM

Oleh:

Davit Ardianto

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* Roughneck di Instagram. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh calon konsumen produk *fashion* Roughneck. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling* maka diperoleh 120 responden. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menyatakan bahwa *social media marketing* dan persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* Roughneck di Instagram

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, Persepsi Harga Dan Minat Beli

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND PRICE PERCEPTIONS ON CONSUMER BUYING INTEREST IN ROUGHNECK FASHION PRODUCTS ON INSTAGRAM

By:

Davit Ardianto

This study aims to determine the effect of social media marketing and price perceptions on consumer buying interest in Roughneck fashion products on Instagram. The population selected in this study are all potential consumers of Roughneck fashion products. The sampling method used in this study is nonprobability sampling using purposive sampling technique, so 120 respondents were obtained. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis. The results of the analysis state that social media marketing and price perception have an effect on consumer buying interest in Roughneck fashion products on Instagram

Keywords: Social Media Marketing, Price Perception and Purchase Interest