

ABSTRAK

Naily Amelina, 1720210227, Pengaruh Media Sosial, Harga, dan Strategi Pemasaran Islami terhadap Minat Beli Konsumen Pisang Nugget Sharmee Kudus

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh media sosial, harga, dan strategi pemasaran Islami terhadap minat beli konsumen Pisang Nugget Sharmee Kudus. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian lapangan (*field research*). Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan dari Pisang Nugget Sharmee Kudus yang berjumlah 97 responden dan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan contoh berdasarkan ketepatan. Peneliti menggambarkan objek penelitian dan melakukan pengujian. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas hasilnya semua instrumen valid dan reliabel. Uji pra syarat dapat dinyatakan bahwa data normal. Sedangkan untuk uji hipotesis menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang menunjukkan nilai konstanta sebesar -1,606.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Pisang Nugget Sharmee Kudus, dibuktikan dari nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,021 > 1,985$). Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Pisang Nugget Sharmee Kudus, dibuktikan dari nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,380 > 1,985$). Strategi pemasaran Islami (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Pisang Nugget Sharmee Kudus, dibuktikan dari nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,580 > 1,985$). Media sosial, harga, dan strategi pemasaran Islami secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Pisang Nugget Sharmee Kudus, hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($69,438 > 2,70$) dengan signifikansi $0.000 < 0.05$ yang artinya terdapat pengaruh dari media sosial, harga, dan strategi pemasaran Islami terhadap minat beli konsumen Pisang Nugget Sharmee Kudus.

Kata kunci: Media Sosial, Harga, Strategi Pemasaran Islami dan Minat Beli