

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Kasus Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pengrajin Pandai Besi
Kudus)**

SKRIPSI



Oleh :
AYU PUSPITA SARI
211201001

**PROGRAM STUDI BISNIS DAN MANAJEMEN RITEL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO
UNGARAN
2024**

ABSTRAK

Ayu Puspita Sari. NIM: 211201001. *“Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus UMKM Pengrajin Pandai Besi Kudus)”*.

Minat beli konsumen adalah faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis, mengevaluasi dan mengidentifikasi pengaruh pemasaran media social, harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada UMKM pengrajin pandai besi. Saat ini UMKM Pengrajin Pandai Besi menghadapi sejumlah tantangan dalam memanfaatkan media sosial secara efektif untuk mempromosikan produk, mempertahankan standar kualitas produk yang konsisten, mengelola keuangan dengan efisien, dan mendapatkan akses ke pasar yang lebih besar.

Jenis penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel pada penelitian ini yaitu 100 orang pengrajin pandai besi di Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah menggunakan rumus Lemeshow. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi liner berganda yang di analisis menggunakan bantuan program SPSS 26.

Hasil penelitian ini yaitu (1) Pemasaran media sosial memiliki pengaruh memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel minat beli, (2) Harga memiliki pengaruh memiliki pengaruh yang negative dan signifikan terhadap variabel minat beli, (3) Kualitas produk memiliki pengaruh memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel minat beli, dan (4) Pemasaran media sosial, harga, dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci: pemasaran media sosial, harga, kualitas produk dan minat beli

ABSTRACT

Ayu Puspita Sari. NIM: 211201001. "The Effect of Social Media Marketing, Price and Product Quality on Consumer Purchase Interest (Case Study of Kudus Blacksmith Craftsmen UMKM)".

Consumer buying interest is a key factor influencing purchasing decisions in a competitive business environment. The purpose of this study is to analyze, evaluate and identify the effect of social media marketing, price and product quality on consumer buying interest in UMKM blacksmith craftsmen. Currently, Blacksmith Craftsmen MSMEs face a number of challenges in effectively utilizing social media to promote products, maintain consistent product quality standards, manage finances efficiently, and gain access to a larger market.

This type of research uses quantitative techniques with a descriptive approach. The sample in this study was 100 blacksmith craftsmen in Kudus Regency, Central Java Province using the Lemeshow formula. The data analysis technique used is multiple liner regression analysis techniques which are analyzed using the help of the SPSS 26 program.

The results of this study are (1) Social media marketing has a positive and significant influence on service quality variables, (2) Price has a negative and significant influence on service quality variables, (3) Product quality has a positive and significant influence on service quality variables, and (4) social media marketing, price, and product quality simultaneously have a positive and significant influence on consumer buying interest.

Keywords: social media marketing, price, product quality and purchase intention

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi berjudul :

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PENGRAJIN PANDAI BESI
KUDUS)**

Disusun oleh :

AYU PUSPITA SARI

211201001

Telah disetujui dan disahkan oleh pembimbing utama Skripsi Program D4 Studi
Bisnis dan Manajemen Ritel Universitas Ngudi Waluyo:

Ungaran, 17 Januari 2024

Pembimbing Utama



Ahmat Af., S.M., M.M
NIDN.0601079103

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul :

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PENGRAJIN PANDAI BESI
KUDUS)**

Disusun oleh :

AYU PUSPITA SARI

211201001

Telah dipertahankan di depan Tim penguji Skripsi Program Studi D4 Bisnis dan
Manajemen Ritel Fakultas Ekonomi, Hukum, Dan Humaniora Universitas Ngudi
Waluyo, pada:

Hari : Rabu

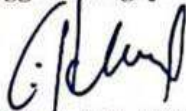
Tanggal : 7 Februari 2024

Ketua Tim Penguji



Meida Rachmawati, S.E., M.M, M.H, Ph.D
NIDN.0622058801

Anggota/Penguji 1



Sudyono, S.E., M.M
NIDN.0609059102

Anggota/Penguji 2



Ahmad Ali, S.M., M.M
NIDN.0601079103



**Ketua Program Studi
D4 Bisnis Manajemen Ritel**



Ahmad Ali, S.M., M.M
NIDN.0601079103

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Ayu puspita sari

NIM : 211201001


Program Studi : D4 Bisnis dan Manajemen Ritel

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya buat berjudul : **“PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PENGRAJIN PANDAI BESI KUDUS)”**

Adalah benar – benar merupakan Hasil karya Ilmiah Tulisan Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 30%. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Ungaran, 03 februari 2024

Dosen pembimbing


Ahmad Ali S.M., M.M
NIDN.0601079103

penulis



Ayu Puspita Sari
NIM.211201001

KESEDIAAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Puspita Sari
NIM : 211201001
Program Studi : D4 Bisnis Dan Manajemen Rite
Fakultas : Ekonomi, Hukum Dan Humaniora
Judul Skripsi : PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL,
HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS UMKM
PENGRAJIN PANDAI BESI KUDUS)

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya setuju untuk:

1. Memberikan hak bebas royalti/ pemberian dana kepada Universitas Ngudi Waluyo atas penulisan karya ilmiah saya, demi pengembangan disiplin ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak untuk menyimpan dan mempublikasikan, tanpa meminta lagi persetujuan dari saya selama mencantumkan nama saya sebagai pembuat karya tulis ilmiah ini.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Ngudi Waluyo, dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Ungaran, 3 Februari 2024

Peneliti

A 1000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METERAN TEMPEL', and 'SB/CBAL/2011/06/015'.

Ayu Puspita Sari

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas Rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan Judul “ Pengaruh pemasaran media sosial, harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen “. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat selesai tanpa arahan, motivasi dan doa yang senantiasa diberikan selama ini dari berbagai pihak. Sehingga dengan segenap ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Subyantoro, M. Hum., selaku Rektor Univesitas Ngudi Waluyo.
2. Budiati, S.Pd., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo.
3. Ahmad Ali, S.M., M.M. selaku ketua Program Studi D4 Bisnis Manajemen Retail Universitas Ngudi Waluyo
4. Ahmad Ali, S.M., M.M. selaku pembimbing saya yang telah meluangkan waktu dan kesabaran dalam meberikan arahan, bimbingan, kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Meida Rachmawati, S.E., M.M, M.H, Ph.D selaku ketua penguji yang telah memberikan masukan dan pengarahan guna penyempurnaan penulisan skripsi ini.
6. Sudiyono, S.E., M.M selaku penguji utama yang telah memberikan masukan untuk penyempurnaan penulisan skripsi.
7. Ahmad Ali, S.M., M.M. selaku penguji kedua yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan guna penyempurnaan penulisan skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staff pengajar univrsitas Ngudi Waluyo yang telah membantu dalam kelancaran penyusunan Skripsi ini.
9. Kedua orang tua saya Bapak Jumadi dan Ibu Biyanti tersayang yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, dukungan, dan motivasi. Menjadi suatu kebanggan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita.. Terima

kasih Bapak dan Ibu telah membuktikan bahwa anak seorang petani bisa menjadi sarjana.

10. kakak saya Amin suyuti, Terimakasih untuk segala kasih sayang, motivasi, doa nserta dukungan.
11. Nova Rijeki terimakasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Yang menemani, meluangkan waktu, tenaga, pikiran ataupun materi kepada peneliti, dan selalu memberikan semangat untuk pantang menyerah.
12. Rekan-rekan mahasiswa utamanya dari program studi Bisnis dan Manajemen Ritel atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.
13. Diri sendiri yang selalu mampu menguatkan dan menyakinkan tanpa jeda bahwa semua akan selesai pada waktunya.
14. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang tidak banyak membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi perbaikan skripsi ini.

Ungaran. Februari 2024

Penulis



Ayu puspita sari

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	xi
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis.....	7
2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Teori.....	8
1. Minat Beli	8
2. Pemasaran Media Sosial	11
3. Harga.....	15
4. Kualitas Produk.....	17
B. Kerangka Teori	25
C. Kerangka Konsep.....	26
D. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Desain Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian	29
C. Subyek Penelitian	29

D. Definisi Operasional.....	31
E. Pengumpulan Data.....	32
E. Pengolahan Data.....	34
F. Analisis Data.....	36
1. Uji Validitas dan Realibilitas	36
2. Statistik Deskriptif	39
3. Uji Asumsi Klasik.....	39
4. Analisis Regresi Berganda.....	43
5. Uji Goodness of Fit.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
1. Keadaan Geografis Kabupaten Kudus	46
2. Tenaga Kerja	46
3. Industri	47
4. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).....	48
5. Kondisi UMKM di Kabupaten Kudus	49
B. Hasil Penelitian	53
1. Deskripsi Subjek Penelitian	53
2. Pengujian Persyaratan Statistik	55
3. Uji Asumsi Klasik.....	59
4. Pengujian Hipotesis.....	63
C. Pembahasan	69
1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Pengrajin Pandai Besi.....	69
2. Pengaruh Harga Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Pengrajin Pandai Besi	71
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Pengrajin Pandai Besi.....	72
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA81

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 2 Skorer Tanggapan Responden.....	33
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	54
Tabel 4. 4 Uji Validitas	55
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Y.....	57
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas X1.....	57
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas X2.....	58
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas X3.....	58
Tabel 4. 9 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	83
Lampiran 2. Data Rekapitulasi Minat Beli.....	86
Lampiran 3. Data Rekapitulasi Variabel X1	89
Lampiran 4. Data Rekapitulasi Variabel X2	82
Lampiran 5. Data Rekapitulasi Variabel X3	95
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Minat Beli	98
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Pemasaran Media Sosial	99
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Harga.....	100
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	101
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli.....	102
Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Pemasaran Media Sosial.....	102
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Harga	102
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	102
Lampiran 14. Hasil Uji Normalitas	102
Lampiran 15. Uji F	103
Lampiran 16. Analisis Linear Berganda dan Uji T	103
Lampiran 17. Uji Koefisien Determinasi	103
Lampiran 18. Lampiran Dokumentasi.....	104