

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