

Judul Penelitian : Pengaruh Sosial Media *Marketing*, *Brand Image*, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada CV. Indo Cipta Kreasi Kota Kediri

Dosen Pembimbing : Ahmad Jauhari ,S.Sos.,M.M
Dr. Karari Budi Prasasti,S.Pd.,M.SE
Nama Mahasiswa : Mohammad Gersa Osa Fernanda Arifin
NPM : 20130210327

ABSTRAKSI

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini sangat membantu masyarakat terutama dalam mempermudah akses informasi dan teknologi yang diinginkan melalui internet. Sosial media merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen, karena pada saat ini banyak masyarakat yang sudah aktif di internet sehingga penyebaran informasi tentang produk lebih mudah untuk diketahui dan dijangkau oleh konsumen. Hal ini juga memudahkan para pelaku bisnis untuk bersaing memanfaatkan peluang yang ada dengan mengenalkan produknya lewat media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh Sosial Media *Marketing*, *Brand Image*, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada CV. Indo Cipta Kreasi Kota Kediri. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 200 orang dan sampel yang digunakan 134 responden menggunakan metode slovin.

Hasil penelitian pada CV. Indo Cipta Kreasi Kota Kediri menunjukkan bahwa variabel Sosial Media *Marketing* (X_1), *Brand Image* (X_2), dan Lokasi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Minat Beli (Y). Hal ini dapat dibuktikan dari nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Pengaruh Sosial Media Marketing, Pengembangan Karir, dan Lokasi