

## Abstrak

### Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Sketch

Sketch adalah sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang garmen dengan fokus utama adalah pembuatan kaos, polo, kemeja, dan seragam berdasarkan pesanan dari konsumen. Sketch melakukan proses marketing baik secara *offline* maupun *online*. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti seberapa besar pengaruh sosial media *marketing* terhadap minat beli konsumen Sketch. Penelitian ini memiliki fokus pada dimensi – dimensi yang ada pada sosial media marketing yaitu *Context* ( $X_1$ ), *Communication* ( $X_2$ ), *Collaboration* ( $X_3$ ), *Connection* ( $X_4$ ) terhadap Minat beli ( $Y$ ) konsumen Sketch. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 57 orang yang berasal dari konsumen yang pernah membeli produk Sketch sebelumnya. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 57 orang dengan menggunakan metode sampel jenuh sehingga mengambil semua populasi yang ada untuk dijadikan sampel. Metode pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan pertanyaan yang diajukan melalui kuisisioner yang dibagikan secara langsung dengan menggunakan regresi linier berganda sebagai teknik analisis data. Hasil dari penelitian ini adalah variabel *Context* ( $X_1$ ) dan variabel *Collaboration* ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen Sketch, sedangkan variabel *Communication* ( $X_2$ ) dan variabel *Connection* ( $X_4$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen Sketch.

**Kata kunci** : Sosial media *marketing*, *Context*, *Communication*, *Collaboration*, *Connection*, Minat beli.