

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK DANKE BAGS**

*Meningkatnya perkembangan bisnis fashion di Indonesia dari tahun ke tahun membuat pelaku bisnis dituntut untuk menjaga keunggulan dalam bersaing agar dapat mempertahankan bisnis di tengah banyaknya kompetitor yang terus bermunculan. Khususnya pada penelitian ini adalah bisnis Danke Bags yang bergerak dibidang fashion khususnya tas handmande. Danke Bags berditu pada tahun 2018. Terdapat fenomena ketidakcapaian target penjualan yang cenderung menurun melalui social media Instagram dan hasil pra survei pada penelitian yang menunjukkan bahwa social media marketing, kualitas produk, dan harga merupakan variabel yang mempengaruhi minat beli. Maka, untuk mengetahui dan menganalisis lebih dalam, penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh social media marketing, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli konsumen pada produk Danke Bags. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan sampel penelitian sebanyak 80 responden yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online lalu dilakukan uji hipotesis dan uji statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa social media marketing, kualitas produk, dan harga merupakan variabel yang mempengaruhi minat beli.*

**Kata Kunci:** *social media marketing, kualitas produk, harga, minat beli.*

## **ABSTRACT**

### ***The Effect of Social Media Marketing, Product Quality, and Price on Consumers' Purchase Interest of Danke Bags Products***

*The increasing development of fashion business in Indonesia from year to year makes entrepreneurs are required to maintain competitive advantage in order to be able to maintain business in the midst of many competitors that keeps on emerging. Especially in this research is Danke Bags business which runs in fashion field especially handmade bags. Danke Bags was established in 2018. It is found phenomenon that unachievable of target sale tends to decrease through Instagram social media and pre survey result in the research shows that social media marketing, product quality, and price are variables that affect purchase interest. Therefore, to find out and analyze deeper, the purpose of is research is to see the effect of social media marketing, product quality, and price on consumers' buying interest of Danke Bags products. The type of research that is used in this research is quantitative, with research sample of 80 respondents that are calculated by using Slovin formula. Data collection is done by using online questionnaires then is tested hypothesis and statistical test. The result of this research indicates that social media marketing, product quality, and price are variables that affect purchase interest.*

***Keywords: social media marketing, product quality, price, purchase interest.***