

ABSTRAK

Lia Amelia, 3402200365. “Pengaruh *Social media marketing* dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi pada Kedai Kopi VSC Roastery Tasikmalaya)”. Dibawah Bimbingan Dr. Nana Darna, S.E., MM. (Pembimbing I) dan Enjang Nursolih, S.H., MM. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Social media marketing* dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi pada Kedai Kopi VSC Roastery Tasikmalaya).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh *social media marketing* dan harga terhadap minat beli konsumen pada produk VSC Roastery? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *social media marketing* dan harga terhadap minat beli konsumen pada produk VSC Roastery. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen VSC Roastery dari jumlah penjualan pada bulan agustus-desember 2023. Teknik sampling berupa *probability sampling*, dan jumlah sampel nya sebanyak 99 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media marketing* dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dengan besarnya pengaruh sebesar 32,6% sementara 67,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Social media marketing*, Harga dan Minat Beli.