

**PENGARUH *E-COMMERCE* SHOPEE DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *ONLINE SHOP*
(Suatu studi pada Produk UMKM Cemilan Hitz Indonesia Ciamis)**

ARTIKEL

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu



Oleh,
Nindya Septiani Nurjanah
NIM. 3402180071

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

**PENGARUH *E-COMMERCE* SHOPEE DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *ONLINE SHOP*
(Suatu Studi Pada Produk UMKM Cemilan Hitz Indonesia Ciamis)**

Nana Darna¹

Mukhtar Abdul Kader²

Nindya Septiani Nurjanah³

^{1,2}Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh Ciamis

³Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh Ciamis

Email : nindyaseptianinurjanah23@gmail.com

ABSTRAK

Nindya Septiani Nurjanah, NIM. 3402180071. “Pengaruh *E-commerce Shopee* dan *Social Media Marketing* terhadap Minat Beli Konsumen *Online Shop* (Suatu Studi pada Produk UMKM Cemilan Hitz Indonesia Ciamis)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Mukhtar Abdul Kader, S.E., M.M. (Pembimbing II). Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *E-commerce* Shopee dan *Social Media Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen *Online Shop* (Suatu Studi Pada Produk UMKM Cemilan Hitz Indonesia Ciamis). Dalam penelitian ini meliputi : 1]. Bagaimana pengaruh *e-commerce* Shopee terhadap minat beli konsumen *online shop* pada UMKM Cemilan Hitz Indonesia Ciamis?; 2]. Bagaimana pengaruh *social media marketing* terhadap minat beli konsumen *online shop* pada UMKM Cemilan Hitz Indonesia Ciamis?; 3]. Bagaimana pengaruh *e-commerce* Shopee dan *social media marketing* terhadap minat beli konsumen *online shop* pada UMKM Cemilan Hitz Indonesia Ciamis?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk 1]. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *e-commerce* Shopee terhadap minat beli konsumen *online shop* UMKM Cemilan Hitz Indonesia Ciamis; 2]. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *social media marketing* terhadap minat beli konsumen *online shop* UMKM Cemilan Hitz Indonesia Ciamis; 3]. Mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *e-commerce* Shopee dan *social media marketing* terhadap minat beli konsumen *online shop* UMKM Cemilan Hitz Indonesia Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan analisis data yang di gunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *e-commerce* Shopee dan *social media marketing* terhadap minat beli konsumen *online shop* pada UMKM Cemilan Hitz Indonesia Ciamis adalah sebesar 40,5% sementara 59,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil Perhitungan koefisien kolerasi sebesar 0,636 termasuk kategorihubungan yang kuat. Pengujian hipotesis secara simultan diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 33,054 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,09 maka hipotesis yang peneliti ajukan yaitu 1]. Terdapat pengaruh *e-commerce* Shopee terhadap minat beli konsumen *online shop*. 2]. Terdapat pengaruh *social media marketing* terhadap minat beli konsumen *online shop*. 3]. Terdapat pengaruh *e-commerce* Shopee dan *social media marketing* terhadap minat beli konsumen *online shop*, terbukti kebenarannya.

Kata Kunci: e-commerce shopee, social media marketing, dan minat beli konsumen online shop