

ABSTRAK

Muhammad Rifqi Alauddin, NIM. 3402180457. “Pengaruh *Social media marketing* Dan *Online trust* Terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi Pada Instagram *Overtime Coffee*)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Yusuf Iskandar, S.E., M.M. (Pembimbing1) dan Mujaddid Faruk, S.E., M.M (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Social media marketing* Dan *Online trust* Terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi Pada Instagram *Overtime Coffee*). Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini meliputi: a) Bagaimana pengaruh *Social media marketing* terhadap minat beli pada konsumen *Overtime Coffee*. b) Bagaimana pengaruh *online trust* terhadap minat beli konsumen pada konsumen *Overtime Coffee*. c) Bagaimana pengaruh *Social media marketing* dan *online trust* terhadap minat beli konsumen pada konsumen *Overtime Coffee*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis product moment, koefisien determinasi, regresi linear sederhana, koefisien korelasi berganda, regresi linear berganda dan pengujian hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Social media marketing* dan *online trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Keywords: *Social media marketing*, *online trust*, minat beli