

ABSTRAK

Amni Amalina, NIM. 3402190109. “Pengaruh Social Network Marketing dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli pada E-Commerce Shopee (Suatu Studi pada pengguna marketplace Shope di Desa Pagersari, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Oyon Saryono, M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Wiwin Setianingsih, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *social network marketing* terhadap minat beli pada pengguna *marketplace* shopee di Desa Pagersari, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana pengaruh *social network marketing* terhadap minat beli pada *marketplace* shopee di Desa Pagersari, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya?; 2) Bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli pada *marketplace* shopee di Desa Pagersari, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya?; 3) Bagaimana pengaruh *social network marketing* dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli pada *marketplace* shopee di Desa Pagersari, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya? Adapun tujuan penelitian ini adalah : 1) Pengaruh *social network marketing* terhadap minat beli pada *marketplace* shopee di Desa Pagersari, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya; 2) Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli pada *marketplace* shopee di Desa Pagersari, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya; 3) Pengaruh *social network marketing* dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli pada *marketplace* shopee di Desa Pagersari, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya. Metode yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu menggunakan rumus slovin sebanyak 96 responden. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan uji koefisien korelasi sederhana, uji koefisien determinasi, uji regresi linear berganda, uji koefisien korelasi berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan uji signifikan (Uji t dan Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *social network marketing* berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli pada *e-commerce* shopee di Desa pagersari, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya. *Electronic word of mouth* berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli pada *e-commerce* shopee di Desa pagersari, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya. *Social network marketing* dan *electronic word of mouth* berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli pada *e-commerce* shopee di Desa pagersari, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya. Diharapkan perusahaan Shopee dapat terus mengembangkan *social network marketing* dan *electronic word of mouth* sehingga minat belipun akan meningkat.

Kata Kunci : *Social Network Marketing, Electronic Word Of Mouth* dan Minat Beli.