

**PENGARUH KOMUNIKASI ELEKTRONIK DARI MULUT KE MULUT,  
PEMASARAN MEDIA SOSIAL, HARGA DAN PENERIMAAN INOVASI  
PRODUK TERHADAP MINAT BELI**

**(Survei pada Konsumen Chooby Pie Salak di Kabupaten Sleman)**

**FEBIAN DISKA HARYUNINGTYAS**

**NIM. 141170223**

Mahasiswa Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Binsis UPN “Veteran” Yogyakarta

[febiandiskah@gmail.com](mailto:febiandiskah@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pengaruh Komunikasi Elektronik dari Mulut ke Mulut, Pemasaran Media Sosial, Harga, Penerimaan Inovasi Produk, dan Minat Beli. Penelitian ini merupakan penelitian survei, dengan alat pengumpulan datanya adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Chooby Pie Salak di Kabupaten Sleman. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 190 responden dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: 1) Komunikasi elektronik dari mulut ke mulut, pemasaran media sosial, harga, dan penerimaan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli, 2) Komunikasi elektronik dari mulut ke mulut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, 3) Pemasaran media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, 4) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, 5) Penerimaan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

**Kata Kunci :** Komunikasi Elektronik dari Mulut ke Mulut, Pemasaran Media Sosial, Harga, Penerimaan Inovasi Produk, Minat Beli