

SKRIPSI

PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

(Survei pada *Follower Official Account Instagram VANS Indonesia*)

FIKRI SUBANI

NIM. 141170310

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

fikrisbani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Citra Merek, dan Minat Beli Konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian survei, dengan alat pengumpulan datanya adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah *follower Official Account Instagram Vans Indonesia*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 100 responden dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: 1) Pemasaran Media Sosial dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen, 2) Pemasaran Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen, 3) Citra Merek berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Brand Image, Consumer Purchase Intention.*