

ABSTRAK

FITRIANI, 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Fashion Online Di Jejaring Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Instagram Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Makassar), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Edi Jusriadi dan Pembimbing II Ir. Muhammad Akib.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk *Fashion Online* Di Jejaring Sosial Instagram.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, dengan 100 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi linear sederhana dan Uji F dengan alat bantu olah data menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif dengan nilai koefisien pengaruh yang signifikan dengan nilai 0,000 terhadap minat beli konsumen, dengan nilai koefisien regresi bauran pemasarannya yaitu 0,535.

Kata kunci: Bauran Pemasaran Dan Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

Fitriani, 2018. The influence of the marketing mix on consumer buying interest in online fashion product on instagram social networks (a study of student using instagram in the 2014 economics and business faculty of muhammadiyah university of makassar. Thesis of Faculty of Economy and business, Management department, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Edi Jusriadi, as first supervisor and Ir. Muhammad Akib.

The objectives of the research were to knowThe influence of the marketing mix on consumer buying interest in online fashion product on instagram social networks

The method of the research was quantities descriptive. The data analysis was using questioners as the technique of data collection. The research sample was 100 samples. The analysis technique used is validity test, reability, simple regression analysisand test F. In analyzing the data, it was used SPSS.

The result showed that the marketing mix had a positive effect by having significant influence with a value of 0,000 on consumer buying interest. Withthe maketing mix regression coefficient value is 0,535.

Keywords: Marketing Mix And Buying Interest.