

ABSTRAK

Wahyudin Yahya. 2023. *Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Minat Beli Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Andi Mappatempo dan Nasrullah.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh sosial media *marketing* terhadap minat beli scarlett whitening pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/I Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2022, adapun jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 462 dan digunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yaitu sebanyak 82 responden. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi SPSS versi 25 mengenai pengaruh sosial media *marketing* terhadap minat beli menunjukkan bahwa sosial media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli scarlett whitening.

Kata Kunci: *Sosial Media Marketing, Minat Beli*



ABSTRACT

Wahyudin Yahya. 2023. *The Influence of Social Media Marketing on the Buying Interest of Scarlett Whitening in Students of Faculty of Economic and Bussines Muhammadiyah University of Makassar. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by : Andi Mappatempo and Nasrullah.*

This study aims to examine how much influence social media marketing has on the interest in buying scarlett whitening among Muhammadiyah Makassar University students. The population in this study were students of the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar, Class of 2022. The total population in this study was 462 and the Slovin formula was used to determine the number of samples, namely 82 respondents. The type of data used in this study is descriptive quantitative obtained from questionnaires distributed to respondents. Based on the results of research using statistical calculations through the SPSS version 25 application regarding the effect of social media marketing on purchase intention, it shows that social media marketing has a positive and significant effect on purchase intention of Scarlett Whitening.

Keywords: *Social Media Marketing, Purchase Intention*