

ABSTRAK

MUH YASIN MULYADI. 2025. *Pengaruh Harga dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Fotografi Capture Creative Makassar*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Buyung Romadhoni dan Aulia

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan *content marketing* terhadap minat beli konsumen pada Fotografi *Capture Creative* Makassar. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa Fotografi *Capture Creative* Makassar. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden yang telah melakukan transaksi di Fotografi *Capture Creative* Makassar. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan sekunder. Instrumen penelitian menggunakan skala likert sebagai metode pengukuran. Berdasarkan hasil analisis statistik menggunakan aplikasi *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 26, ditemukan bahwa harga dan *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang kompetitif serta penerapan *content marketing* yang efektif dapat meningkatkan minat beli konsumen. Dengan demikian, pengelolaan harga yang sesuai dan optimalisasi pemasaran konten dapat menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing bisnis serta loyalitas pelanggan terhadap Fotografi *Capture Creative* Makassar.

***Kata Kunci:* Harga, Content Marketing, Minat Beli**