

## ABSTRAK

**NORMA YANTI. 2025. *Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Mixue Di Sungguminasa Kabupaten Gowa*. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh Moh. Aris Pasigai Dan Nasrullah.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosial media marketing dan *word of mouth* terhadap minat beli produk mixue di Sungguminasa Kabupaten Gowa. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Sampel terdiri dari 96 responden, yang dipilih menggunakan rumus *Lemeshow*. Data dikumpulkan melalui kuesiner dan studi dokumentasi. Sumber data mencakup data primer dan sekunder. Metode analisis data yang diterapkan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis. Hasil kuesioner diolah menggunakan aplikasi statistik SPSS versi 26. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel sosial media marketing (X1) melalui uji t diperoleh nilai t hitung  $2,556 > t \text{ tabel } 1,661$  dengan tingkat signifikansi 0,012, dan variabel *word of mouth* (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar  $8,989 > t \text{ tabel } 1,661$  dengan tingkat signifikansi 0,000. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa social media marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, begitupun variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk mixue di Sungguminas Kabupaten Gowa.

**Kata Kunci :** *sosial media marketing, word of mouth, minat beli*