

ABSTRAK

Risfidayanti. 2026. Pengaruh *Sosial Media Marketing* Dan *Review Produk* Terhadap *Minat Beli Konsumen Produk Glad2Glow* Di Kota Makassar. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Aulia dan A.Nur Fitrianti.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Sosial Media Marketing dan Review Produk terhadap Minat Beli konsumen produk Glad2Glow di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan explanatory research. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner skala likert 1-5 kepada 110 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi SPSS versi 26 untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sosial media marketing (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,288 dengan nilai t hitung 4,102 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, Variabel review produk (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,893 dengan nilai t hitung 9,629 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, nilai konstanta sebesar 1,474 menunjukkan bahwa apabila variabel sosial media marketing dan review produk dianggap konstan, maka nilai variabel minat beli (Y) sebesar 1,474. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi pemasaran melalui media sosial dan menjaga kualitas ulasan produk atau review produk dengan baik, dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci : *Sosial Media Marketing, Review Produk dan Minat Beli.*

