

ANALISIS PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA*, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MINUMAN KOPI JANJI JIWA

Oleh Rizka Amalia

Abstract

Coffee consumption has evolved into a way of life over time. This is demonstrated by the quick growth of cafés and coffee shops in Jakarta. The growing number of coffee shops is making competition in the coffee drink industry more intense. The purpose of this study is to determine, examine, and demonstrate whether consumer interest in purchasing is influenced by social media advertising, pricing, and product quality. People who had never bought Janji Jiwa coffee drink items made up the study's population. One hundred individuals served as the research sample. utilizing SmartPLS 3 software and the Partial Least Square (PLS) analytical method. The findings indicate that purchasing interest is positively and significantly influenced by the product quality variable, while the social

Keywords: *Social Media Promotion, Price, Product Quality, Purchase Interest*

ANALISIS PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA*, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MINUMAN KOPI JANJI JIWA

Oleh Rizka Amalia

Abstrak

Seiring berkembang zaman, meminum kopi kini sudah menjadi gaya hidup. Pesatnya perkembangan kafe dan kedai kopi di Jakarta menjadi bukti dari situasi ini. Persaingan bisnis minuman kopi semakin ketat karena semakin banyaknya kedai kopi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan apakah promosi *social media*, harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Populasi dalam penelitian ini yaitu orang yang belum pernah membeli produk minuman kopi janji jiwa. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 orang. Menggunakan Teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan software SmartPLS 3. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan variabel promosi *social media* dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: Promosi *Social Media*, Harga, Kualitas produk, Minat Beli