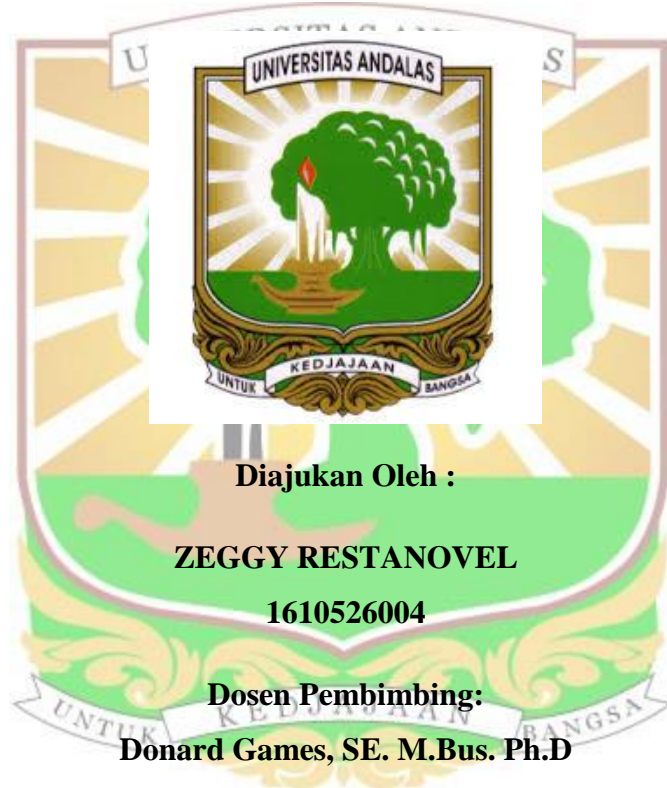


**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI
PRODUK LOKAL SUMATERA BARAT**

(Survei pada Konsumen Lapis Minang Nantigo di Kota Padang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

ZEGGY RESTANOVEL

1610526004

Dosen Pembimbing:

Donard Games, SE. M.Bus. Ph.D

PROGRAM S1 INTAKE MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2018



No. Alumni Universitas : **ZEGGY RESTANOVEL** No. Alumni Fakultas :

a). Tempat / Tgl Lahir : Padang/ 14 Februari 1995, b). Nama Orang Tua : Resnovei Chaidir dan Gusmita Umar, c). Fakultas : Ekonomi, d). Jurusan : Manajemen, e). No Bp : 1610526004, f). Tanggal Lulus : 02 Oktober 2018, g). IPK : h). Prediksi Kelulusan : Sangat Memuaskan, i). Lama Studi : 2 Tahun 2 Bulan, j). Alamat Orang Tua : Jalan Bakti IV no.14. Kel. Alai Parak Kopi, Kec. Padang Utara. Padang, Sumatera Barat

Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Beli Produk Lokal Sumatra Barat (Survei Pada Konsumen Lapis Minang Nantigo di Kota Padang)

*Skripsi S1 oleh : Zeggy Restanovel
Pembimbing: Donard Games, SE. M.Bus. Ph.D*

Indonesia merupakan negara yang memiliki keberagaman mulai dari budaya, suku, bahasa, makanan khas, dan lain-lain. Keberadaan berbagai macam makanan khas dan produk-produk lokal di Indonesia akan banyak memunculkan UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) yang beragam. Salah satunya adalah kuliner (makanan khas) berbeda-beda yang ada di Indonesia. Perkembangan UMKM yang sangat pesat ini memaksa UMKM harus bisa memanfaatkan teknologi seperti internet. Fenomena yang seperti ini memunculkan jenis pemasaran baru yang dikenal dengan *digital marketing*. Dalam *digital marketing* ada beberapa teknik pemasaran yang diterapkan, salah satunya adalah *social media marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Beli seseorang terhadap produk lokal salah satunya yaitu Lapis Minang Nantigo. Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan membagikan kuisioner secara online kepada 100 responden dengan menggunakan metode *sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode regresi SPSS 16.0. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* positif signifikan terhadap Minat Beli. Koefisien Minat Beli menunjukkan nilai sebesar 0,270 berarti variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dengan nilai 27%, sisanya sebesar 73% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian.

Kata Kunci: Social Media Marketing, dan Minat Beli

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal **2 Oktober 2018**. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Donard Games, SE. M.Bus. Ph.D	Dr. Eri Besra, SE.MM	Dessy Kurnia Sari, SE.M.Bus.Ph.D

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE. M.Si
NIP : 197208262003122004

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

		Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan	Tanda Tangan