

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN
MELALUI MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA UMKM (HASBI BAKERY) TIKUNG
LAMONGAN**
*(THE EFFECT OF MARKETING COMMUNICATION THROUGH
SOCIAL MEDIA AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER
BUYING INTEREST IN TIKUNG LAMONGAN SMEs HASBI
BAKERY)*

Zumrotus Sholihah

Program Studi Manajemen/Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Lamongan

sholihahzumrotus04@gmail.com

Website:

Abstrak

Kata Kunci :

*Komunikasi Pemasaran,
Kualitas Produk, Minat
Beli*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di UMKM Hasbi Bakery, selain itu penelitian ini juga digunakan untuk menguji persamaan regresinya baik secara parsial, simultan maupun yang paling dominan diantara variabel komunikasi pemasara dan kualitas produk untuk meningkatkan minat beli konsumen di UMKM Hasbi Bakery. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sudah melakukan pembelian produk selama 1 tahun terakhir sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji korelasi berganda, uji koefisien determinasi, uji t, dan uji f, Hasil dari uji t penelitian ini menunjukka bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara komunikasi pemasaran dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Hasbi Bakery. Hasil dari uji F komunikasi pemasaran kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di UMKM Hasbi Bakery. Dan dari hasil persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa variabel komunikasi pemasaran berpengaruh paling

dominan terhadap minat beli konsumen di UMKM Hasbi Bakery.

Keywords:

*Marketing
Communication, product
quality, consumer buying
interest*

Alamat :

Dsn. Pengaron Ds.
Pengumbulanadi Kec.
Tikung Kab. lamongan

Abstract

The puprose of this study to knowing the effect of marketing communication and product quality on consumer buying interest in Hasbi Bakery, besides that this study is used to test the regression of equation either partially, simultaneously or the most dominant among variables of marketing communication and product quality to increase consumer buying interest in Hasbi Bakery. This study is using quantitative study. The population in this study are all consumers who have purchased products for the past year, so that the sample who used in this study is 97 respondents. The methods of data analysis used validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression test, multiple correlation test, determination coefficient test t test, and f test. The results of the t-test of this study indicate that there is a partial and significant effect between marketing communication and product quality on consumer buying interest in Hasbi Bakery. The results of the F test of marketing communication and product quality simultaneously have a positive and significant effect on consumer buying interest at Hasbi Bakery. And from the results of the regression equation above, it shows that the marketing communication variable has the most dominant effect on consumer buying interest in Hasbi Bakery.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2017. *Metode Penelitian Uji Reabilitas*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Deliyanti Oentoro. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Kotler, Phillip, Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing management*, 14th Edition. United States of America: Pearson.
- Lasander, C. (2013). *Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(3).

- Nisrina. 2015. *Bisnis Online: Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis
- Sarjita. (2016). *Komunikasi pemasaran dalam menghadapi persaingan pasar*. JBMA Vol III, No 1, Maret. ISSN: 2252-5483.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Perdana, Echo. 2016. *Olahan Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung. Penerbit : Lab KOM Manajemen Fe UBB.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. (4thed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

