

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN UMKM DENUR FLORIST  
SINGARAJA**

Oleh

**Ayu Sri Wulandari, NIM 2217041140**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Denur Florist Singaraja. Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik insidental sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden yang merupakan konsumen atau calon konsumen UMKM Denur Florist Singaraja. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) sosial media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen UMKM Denur Florist Singaraja; (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen UMKM Denur Florist Singaraja; dan (3) sosial media marketing dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen UMKM Denur Florist Singaraja.

**Kata kunci :** social media marketing, kualitas produk, minat beli.



**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN UMKM DENUR FLORIST  
SINGARAJA**

**By**

**Ayu Sri Wulandari, NIM 2217041140**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the partial and simultaneous effects of social media marketing and product quality on the purchase intention of consumers at Denur Florist Singaraja MSME. The research employed a causal quantitative research design. The sample was determined using an incidental sampling technique, involving 150 respondents who were consumers or prospective consumers of Denur Florist Singaraja MSME. Data were collected through a questionnaire, and the data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results of the study indicate that: (1) social media marketing has a positive and significant effect on the purchase intention of consumers at Denur Florist Singaraja MSME; (2) product quality has a positive and significant effect on the purchase intention of consumers at Denur Florist Singaraja MSME; and (3) social media marketing and product quality simultaneously have a positive and significant effect on the purchase intention of consumers at Denur Florist Singaraja MSME.*

**Keywords:** social media marketing, product quality, purchase intention.

