

Abstrak

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SEPATU
(STUDI PADA KONSUMENTOKO SEPATU KODACHI)**

Bernardinus Charity
Axcel Pidyanto
Universitas Sanata
Dharma Yogyakarta2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh secara bersama-sama *social media marketing* dan kualitas produk terhadap minat beli produk sepatu di Toko Sepatu Kodachi, (2) Pengaruh *social media marketing* terhadap minat beli produk sepatu di Toko Sepatu Kodachi, (3) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk sepatu di Toko Sepatu Kodachi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sample* dengan teknik *simple random sampling*. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* tentang *Social Media Marketing*, dan Kualitas Produk, dan Minat Beli yang disebarakan kepada 102 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis Regresi Linear Berganda yang didukung dengan menggunakan program aplikasi SPSS *Statistics*

25.0. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *Social Media Marketing* dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Beli produk sepatu di Toko Sepatu Kodachi, (2) *Social Media Marketing* berpengaruh terhadap Minat Beli produk sepatu di Toko Sepatu Kodachi, (3) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli produk sepatu di Toko Sepatu Kodachi.

Kata Kunci : Social Media Marketing, Kualitas Produk, Minat Beli

Abstract

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING
AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE INTENTION
OF SHOES (A STUDY ON CONSUMERS OF KODACHI
SHOE STORE)**

Bernardinus Charity
Axcel Pidyanto Sanata
Dharma University
Yogyakarta2023

This study aims to determine (1) the combined influence of social media marketing and product quality on the purchase intention of shoes at Kodachi Shoe Store, (2) the influence of social media marketing on the purchase intention of shoes at Kodachi Shoe Store, and (3) the influence of product quality on the purchase intention of shoes at Kodachi Shoe Store. The sampling technique used in this study is probability sampling with simple random sampling technique. Data for this study were obtained by distributing a questionnaire in the form of a Google Form regarding Social Media Marketing, Product Quality, and Purchase Intention to 102 respondents. The data analysis technique used in this study includes descriptive analysis, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis supported by the SPSS Statistics 25.0 software. The results of this study indicate that: (1) Social Media Marketing and Product Quality collectively influence the purchase intention of shoes at Kodachi Shoe Store, (2) Social Media Marketing influences the purchase intention of shoes at Kodachi Shoe Store, and (3) Product Quality influences the purchase intention of shoes at

Kodachi Shoe Store. Keywords: Social Media Marketing, Product Quality, Purchases Intention