

ABSTRAK

Rizqi Nur Azizah, Pengaruh Promosi Penjualan Dan Diskon Harga Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Café Bima N Zain. Di bawah bimbingan Ibu Nirma Kurriwati, S.P., M.Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui Pengaruh Promosi Penjualan Dan Diskon Harga Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Café Bima N Zain.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis jalur (*Path Analysis*). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data priemer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kusioner dengan jumlah responden sebanyak 50 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) *Promosi Penjualan berpengaruh terhadap minat beli konsumen Café Bima N Zain*, (2) *Diskon Harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Café Bima N Zain*, (3) *Media Sosial berpengaruh terhadap minat beli konsumen Café Bima N Zain*, (4) *Promosi Penjualan tidak berpengaruh terhadap media social*, (5) *Diskon Harga tidak Berpengaruh terhadap media social*, (6) *Promosi Penjualan tidak berpengaruh terhadap Minat Beli melalui Media Sosial*, (7) *Diskon Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen melalui Media Sosia*.

Kata Kunci : *Promosi Penjualan, Diskon Harga, Minat Beli.*

ABSTRACT

Rizqi Nur Azizah, The Influence of Sales Promotions and Price Discounts Through Social Media on Consumer Purchase Interest at Café Bima N Zain. Under the guidance of Mrs. Nirma Kurriwati, S.P., M.Si.

The aim of this research is to determine the influence of sales promotions and price discounts via social media on consumer buying interest at Café Bima N Zain. This research was conducted using descriptive quantitative methods.

The analysis used in this research is path analysis. The data used in this research are primary and secondary data. The data collection technique uses a questionnaire with a total of 50 respondents.

The results of this research are (1) Sales Promotions influence the buying interest of Café Bima N Zain consumers, (2) Price Discounts influence the buying interest of Café Bima N Zain consumers, (3) Social Media influences the buying interest of Café Bima N Zain consumers, (4) Sales promotions have no effect on social media, (5) Price discounts have no effect on social media. (6) Sales promotions have no effect on purchase interest via social media, (7) Price discounts have an effect on consumer purchase interest via social media.

Keywords: *Sales Promotion, Price Discounts, Purchase Interest.*