

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji seberapa berpengaruh promosi media sosial facebook terhadap minat beli konsumen terhadap produk UMKM (studi pada produk umkm makanan dan minuman) di kabupaten Trenggalek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain survei data di analisis menggunakan regresi linier dengan jumlah sampel 100 orang responden dengan teknik purposive sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dan pengaruh promosi media sosial facebook pada minat beli produk UMKM di kabupaten Trenggalek. Hasil ini juga memberikan wawasan bagi UMKM untuk merancang strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Kata kunci : media sosial,minat beli,promosi online

abstract

The purpose of this study was to examine how influential Facebook promotions are on consumer buying interest in MSME products (study on MSME food and beverage products) in Trenggalek district. This research uses a quantitative method with a survey design. The data is analyzed using linear regression with a sample size of 100 respondents using a purposive sampling technique.

The results of this research show that social media has a positive and significant effect on consumer buying interest and the influence of social media facebook promotion on buying interest in MSME products in Trenggalek district. These results also provide insight for MSMEs to design effective marketing strategies through social media to increase consumer buying interest.

Keywords : *online promotion, buying interest, social media*