

## ABSTRAK

Nama : Isma Turrahmi  
Program studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Media Sosial Marketing, Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Y.O.U Di Toko Fresh Cosmetic Peureulak Aceh Timur

Y.O.U Cosmetic adalah sebuah merek kosmetik lokal yang mulai dirilis pada tahun 2018. Merek ini diformulasikan dengan ketahanan make-up sepanjang hari dan ditujukan untuk wanita Indonesia yang aktif. Y.O.U Cosmetic mengusung konsep “*Modern Glam*” pada semua desain produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial marketing, word of mouth dan brand image dapat mendorong pembeli dalam minat beli produk kosmetik Y.O.U di toko fresh cosmetic pureulak aceh timur. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Y.O.U Cosmetic pada Toko Fresh Cosmetic Peureulak Aceh Timur. Jumlah responden yang mengisi kuesioner sebanyak 100 responden. Variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah X1 (Media Sosial Marketing), X2 (*Word of Mouth*) dan X3 (*Brand Image*) sebagai variabel bebas, dan Y (Minat Beli) sebagai variabel terikat. Penelitian ini dilakukan dengan uji validitas data, reliabilitas data, normalitas data, multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Untuk mendapatkan hipotesis penelitian dilakukan dengan cara uji signifikansi parsial (uji T), dan uji signifikansi simultan (uji F). Hasil penelitian didapatkan bahwa media sosial marketing, *word of mouth* dan *brand image* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli terhadap produk cosmetic Y.O.U pada toko fresh cosmetic peureulak Aceh Timur.

**Kata kunci:** *Media Sosial Marketing, Word of Mouth, Brand Image, Minat Beli*

## ABSTRACT

*Name : Isma Turrahmi  
Department : Management  
Title : The Influence of Social Media Marketing, Word of Mouth and Brand Image on Interest in Buying Y.O.U Cosmetic Products at the Fresh Cosmetic Shop Peureulak East Aceh*

*Y.O.U Cosmetic is a local cosmetics brand that was launched in 2018. This brand is formulated to last all day long and is aimed at active Indonesian women. Y.O.U Cosmetic carries the concept of "Modern Glam" in all its product designs. This research aims to find out how the influence of social media marketing, word of mouth and brand image can encourage buyers to be interested in buying Y.O.U cosmetic products at the Fresh Cosmetics Pureulak, East Aceh shop. This research was conducted by distributing questionnaires to Y.O.U Cosmetic consumers at the Peureulak Fresh Cosmetic Shop, East Aceh. The number of respondents who filled out the questionnaire was 100 respondents. The variables involved in this research are X1 (Social Media Marketing), X2 (Word of Mouth) and X3 (Brand Image) as independent variables, and Y (Buying Interest) as the dependent variable. This research was carried out by testing data validity, data reliability, data normality, multicollinearity and heteroscedasticity. To obtain a research hypothesis, a partial significance test (T test) and a simultaneous significance test (F test) were carried out. The research results showed that social media marketing, word of mouth and brand image had a significant positive influence on purchasing interest in Y.O.U cosmetic products at the Peureulak Fresh Cosmetics shop, East Aceh.*

**Keywords:** *Social Media Marketing, Word of Mouth, Brand Image, Purchase Interest*