

## ABSTRAK

Nama : Laila Fajri

Program Studi : Kewirausahaan

Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Harga Terhadap Penjualan Produk Pada Usaha Mikro (Studi Kasus Toko Pastrri Dylicious Kota Lhokseumawe)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independent yakni Media sosial dan harga terhadap variabel dependen penjualan produk. Lokasi penelitian Toko Pastrri Dylicious Kota Lhokseumawe dengan obyek penelitian adalah pada orang yang pernah melakukan pembelian pada Toko Pastrri Dylicious Kota Lhokseumawe. Data dikumpulkan melalui metode pembagian kuesioner dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Kuesioner dibagikan kepada 100 responden yang pernah melakukan pembelian pada Toko Pastrri Dylicious Kota Lhokseumawe. Data hasil penyebaran kuesioner akan diolah menggunakan alat analisa *software SPSS*. Hasil dan uji analisis kuantitatif yang dipilih meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), pengujian hipotesis melalui uji t. Hasil olah data menunjukkan bahwa seluruh keseluruhan butir indikator yang digunakan dalam penelitian ini lolos dalam uji validitas dan dinyatakan valid. Hasil uji untuk keseluruhan variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga variabel-variabel tersebut layak untuk digunakan sebagai alat ukur. Dari hasil penelitian dan hasil analisis data, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1.) Penggunaan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan produk pada usaha mikro (studi kasus Toko Pastrri Dylicious Kota Lhokseumawe). 2.) Harga berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan produk pada usaha mikro mikro (studi kasus Toko Pastrri Dylicious Kota Lhokseumawe).

**Kata Kunci:** Media Sosial, Harga, Penjualan Produk

## **ABSTRACT**

*Name: Laila Fajri*

*Program of Study: Entrepreneurship*

*Title: The Influence of Social Media Usage and Pricing on Product Sales in Micro-Businesses (A Case Study of Dylicious Pastry Shop in Kota Lhokseumawe)*

*This research aims to examine the influence of independent variables, namely social media and pricing, on the dependent variable of product sales. The research location is Dylicious Pastry Shop in Kota Lhokseumawe, with the subjects of the study being individuals who have made purchases at Dylicious Pastry Shop. Data was collected through a questionnaire distribution method using a convenience sampling technique. The questionnaire was distributed to 100 respondents who had previously purchased from Dylicious Pastry Shop in Kota Lhokseumawe. The collected data was processed using SPSS software for analysis. The chosen quantitative analysis methods include validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple regression analysis, and coefficient of determination ( $R^2$ ) analysis, along with hypothesis testing using the t-test. The data processing results show that all indicator items used in this research passed the validity test and are declared valid. The reliability test results indicate that all variables from the questionnaire are reliable, making them suitable for use as measurement tools. Based on the research results and data analysis, the following conclusions can be drawn: 1.) Social media usage has a significant influence on product sales in micro-businesses (case study of Dylicious Pastry Shop in Kota Lhokseumawe). 2.) Pricing has a significant influence on product sales in micro-businesses (case study of Dylicious Pastry Shop in Kota Lhokseumawe).*

**Keywords:** *Social Media, Pricing, Product Sales*

