

ABSTRAK

Nama : Jamilah
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Harga, Sosial Media Marketing, dan *Celebrity Endorsment* Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Pada Toko Kenko Di Kabupaten Aceh Tengah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Sosial Media Marketing, dan *Celebrity Endorsment* terhadap Minat Beli Produk Pakaian pada Toko Kenko di Kabupaten Aceh Tengah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna produk pakaian yang telah membeli lebih dari 1x pada Toko Kenko di Kabupaten Aceh Tengah. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dan jenis sampling yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sample sebanyak 96 responden. Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua, yaitu variabel dependen (Y), variabel independen (X). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat beli. Untuk variabel independen dalam penelitian ini ada tiga, yaitu harga, sosial media marketing, dan *celebrity endorsment* metode yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, uji F dan uji T. Sedangkan pengolahan data menggunakan program SPSS 29.0. Berdasarkan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, sosial media marketing, dan *celebrity endorsment* berpengaruh positif terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Harga, Sosial Media Marketing, *Celebrity Endorsment*, Minat Beli

ABSTRACT

Name : Jamilah

Study Program : Management

Title : *The Influence of Price, Social Media Marketing, and Celebrity Endorsements on Interest in Buying Clothing Products at Kenko Stores in Central Aceh Regency*

This study aims to determine the influence of price, social media marketing, and celebrity endorsements on interest in purchasing clothing products at Kenko shops in Central Aceh Regency. The research method used in this research is quantitative research. The population in this study are clothing product users who have purchased more than once at the Kenko Store in Central Aceh Regency. The sampling technique in this research was nonprobability sampling and the sampling type was purposive sampling with a sample size of 96 respondents. The variables used in this research consist of two, namely the dependent variable (Y), the independent variable (X). The dependent variable in this research is purchase interest. There are three independent variables in this research, namely price, social media marketing, and celebrity endorsement. The methods used in this research are validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, multicollinearity test, heteroscedasticity test, F test and Q. Meanwhile, data processing uses the SPSS 29.0 program. Based on the results of this research, it shows that price variables, social media marketing, and celebrity endorsements have a positive effect on purchase interest.

Keywords: Price, Social Media Marketing, Celebrity Endorsement, Purchase Interest