

## ABSTRAK

**Siti Norhasanah.** 2024. *Pengaruh Promosi di Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Busana Muslimah di Kota Pagatan Kabupaten Tanah Bumbu.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Drs. Nispan Rahmi, M.Ag.

**Kata Kunci:** Promosi, Media Sosial, Minat Beli.

Media sosial sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Media sosial menjadi pilihan dari semua kalangan untuk mencari suatu barang atau jasa, contohnya seperti busana muslimah. Mempromosikan barang atau jasa di media sosial merupakan cara yang tepat apalagi mampu mempromosikan dengan cara yang dapat menambah minat beli konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Promosi di Media Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Busana Muslimah

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif dan dianalisis menggunakan rumus regresi linear sederhana. Lokasi penelitian yaitu Toko Busana Muslimah di Kota Pagatan Kabupaten Tanah Bumbu dengan subjek penelitian yaitu masyarakat kota Pagatan Kabupaten Tanah Bumbu dengan jumlah populasi sebanyak 3016 dan diambil sampel sebanyak 100 orang menggunakan rumus slovin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikan t hitung sebesar  $8,889 > 4,553$  dengan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang artinya variabel promosi di media sosial berpengaruh terhadap minat beli konsumen busana muslimah di Kota Pagatan.