

**Nathaly Orient<sup>1</sup>, Novellyn Wigo<sup>2</sup>, Deni Faisal Mirza<sup>3</sup>**

**Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Platform Media Sosial, Teknik Pemasaran, dan E-Commerce terhadap daya minat beli pelanggan di Coffee Shop Kopi Petik di Binjai, baik secara sendiri maupun secara bersamaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan analisis data melalui metode regresi linier berganda. Menurut hasil analisis, setiap variabel secara parsial berpengaruh terhadap daya minat beli pelanggan. Selain itu, secara simultan ketiga variabel tersebut juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu 0,727 atau 72,7% variasi minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh platform media sosial, teknik pemasaran, dan e-commerce, sedangkan 27,3% sisanya disebabkan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti.

**Kata Kunci:** **Platform Media Sosial, Teknik Pemasaran, E-Commerce, Daya Minat Beli Pelanggan Coffee Shop Kopi Petik**