

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA CONTENT, PRICE, AND
PRODUCT QUALITY ON CONSUMER BUYING INTEREST DI FITRI
AISYAH PERFUME***

ARTIKEL ILMIAH

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



**OLEH :
SHINDI HARNONI
2201100166**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2026**

LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

NAMA : SHINDI HARNONI
NPM : 2201100166
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Konten Media Sosial, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Fitri Aisyah Parfume Rantauprapat

RANTAUPRAPAT, FEBRUARI 2026

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA



AULIA INDRA, SE., M.M
NIDN.0112039102

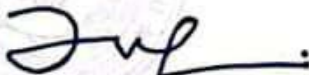
PEMBIMBING PENDAMPING



RAJA SAUL MARTO HENDRY, SE., M.M
NIDN.0108036507

MENYETUJUI:

DEKAN



Dr. ZULKARNAIN NASUTION, SE., M.Si
NIDN. 0116087401

KAPRODI MANAJEMEN



YUNIMAN ZEBUA, SE., M.Si
NIDN.0117067201

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL TUGAS AKHIR

NAMA : SHINDI HARNONI
NPM : 2201100166
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL ARTIKEL : THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA
CONTENT, PRICE, AND PRODUCT QUALITY
ON CONSUMER BUYING INTEREST DI FITRI
AISYAH PERFUME

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Artikel ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan Artikel ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Artikel ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 13 Mei 2026

Yang Membuat Pernyataan



SHINDI HARNONI
2201100166

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena Berkah dan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan TUGAS AKHIR, yang berjudul : **“THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA CONTENT, PRICE, AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER BUYING INTEREST DI FITRI AISYAH PERFUME”**. Adapun tujuan penyusunan Artikel ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) padaprogram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang telah banyak memberi dukungan baik materi maupun spiritual sehingga penulis dapat lebih semangat dalam menyelesaikan Artikel ini. Semua pihak yang memberikan bantuan berupa bimbingan baik berupa moral maupun material. Yang terutama yang terhormat :

1. Bapak Assoc. Prof. Ade Parlaungan Nasution, Ph.D selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
2. Bapak Dr. Zulkarnain Nasution, SE, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Yuniman Zebua, SE, M. Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Bapak Aulia Indra, SE, M.M, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Bapak Raja Saul Marto Hendry, SE, M.M, selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Seluruh Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
7. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

8. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang tiap kali memberikan semangat dan doa untuk anaknya.
9. Kakak penulis yang selalu memberikan semangat serta do'a untuk adik tercintanya.
10. Seluruh teman-teman satu angkatan prodi Manajemen yang memberikan motivasi untuk dapat menyelesaikan Artikel.

Akhir kata penulis berharap semoga Artikel ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semua, sebagai bahan referensi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya di bidang studi manajemen.

Rantauprapat, 13 Mei 2026

Penulis



SHINDI HARNONI

Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)

E-ISSN: 2621-606X

Apr 6th, 2026

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA CONTENT, PRICE, AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER BUYING INTEREST DI FITRI AISYAH PERFUME

Shindi Harnoni ¹, Aulia Indra ², Raja Saul Marto Hendry³
Universitas Labuhanbatu, Indonesia

After peer review process, your article has been provisionally accepted for rapid publication in **Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)**, Vol. 9, No. 2.

All submitted manuscripts are subject to peer-review by the leading specialist for the respective topic.



Mohamad Toha
Editor in Chief
Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)