



LEMBAR PENGESAHAN
Nomor: 87/LP-LPBK/III/2025

Judul : Pengaruh Portofolio, Kolaborasi, Pemasaran Media Sosial
dan Citra Merk Terhadap Minat Beli Paket SNY Pada Nuansa
Photography
Nama : M. Ghufanil Muta Ali

Menerangkan bahwa abstrak ini telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris oleh
Lembaga Pengembangan Bahasa dan Kerja Sama (LPBK), Universitas Muhammadiyah
Pekalongan Pekalongan.

Pekalongan, 18 Maret 2025

Disahkan oleh,
Kepala Lembaga Pengembangan Bahasa dan Kerja Sama (LPBK)

Aida Rusmariansa, S.Kep., Ns., MANA

**Program Studi Sarjana Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan**

ABSTRAK

M. Ghufanil Muta Ali¹, Djauhar EP², Teguh Purwanto³

Pengaruh Portofolio, Kolaborasi, Pemasaran Media Sosial dan Citra Merk Terhadap Minat Beli Paket SNY Pada Nuansa Photography

Di era digital, tren media sosial menuntut hasil foto yang bagus dan menarik. Tingginya permintaan terhadap jasa dokumentasi pernikahan membuka peluang bisnis yang menjanjikan. Namun, munculnya pesaing baru dengan harga yang lebih kompetitif membuat Nuansa Photography mengalami penurunan penjualan paket dokumentasi wedding. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari portofolio, kolaborasi, pemasaran media sosial, dan citra merek terhadap minat beli paket SNY di Nuansa Photography. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik simple random sampling dengan melibatkan 100. Dengan alat analisis menggunakan SPSS 25, dengan temuan yang dihasilkan bahwa adanya pengaruh (1) portofolio terhadap minat beli, (2) kolaborasi terhadap minat beli, (3) pemasaran media sosial terhadap minat beli. (4) citra merek terhadap minat beli. Dan disimpulkan bahwa (5) portofolio, kolaborasi, pemasaran media sosial dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap minat beli paket SNY di Nuansa Photography.

Kata Kunci: *portofolio, kolaborasi, pemasaran media sosial, citra merek, minat beli*

**Undergraduate Program in Management
Faculty of Economics and Business
University of Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan**

ABSTRACT

M. Ghufanil Muta Ali¹, Djauhar EP², Teguh Purwanto³

The Effect of Portfolio, Collaboration, Social Media Marketing, and Brand Image on Purchase Interest in SNY Packages at Nuansa Photography

In the digital era, the increasing trend of social media demands high-quality and attractive photography. The growing demand for wedding documentation services presents promising business opportunities. However, the emergence of new competitors offering more competitive pricing has led to a decline in the sales of Nuansa Photography's wedding documentation packages. This study aims to analyse the effect of portfolio, collaboration, social media marketing, and brand image on purchase interest in SNY packages at Nuansa Photography. This research employed a quantitative approach with a simple random sampling technique, involving 100 respondents. Data analysis was conducted with SPSS 25. The findings indicate that (1) portfolio affects purchase interest, (2) collaboration affects purchase interest, (3) social media marketing affects purchase interest, and (4) brand image affects purchase interest. Furthermore, (5) portfolio, collaboration, social media marketing, and brand image collectively have a simultaneous effect on purchase interest in SNY packages at Nuansa Photography.

Keywords: *portfolio, collaboration, social media marketing, brand image, purchase interest*