

ABSTRAK

Darmayanti, Pengaruh Promosi Media Sosial, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *The Little Things She Needs* (Studi Kasus Mall Taman Anggrek Jakarta Barat). Dibimbing oleh Bapak Abdurrahman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Promosi Media Sosial (X1), Harga (X2) dan Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari penelitian ini variabel independen terdiri dari Promosi Media Sosial (X1), Harga (X2) dan Kualitas Produk (X3) dan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen sepatu *The Little Things She Needs* di Mall Taman Anggrek, Jakarta Barat. Pengambilan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi media sosial, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu *The Little Things She Needs*. Dalam penelitian ini promosi media sosial merupakan variabel yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian,

Kata Kunci : Promosi Media Sosial, Harga dan Kualitas Produk, Keputusan pembelian

ABSTRACT

Darmayanti, The Influence of Social Media Promotion, Product and Product Quality on the Decision to Purchase Small Items He Needs (Case Study of Taman Anggrek Mall West Jakarta). Supervised by Mr. Abdurrahman.

This study aims to determine the effect of Social Media Promotion (X1), Price (X2) and Product Quality (X3) on Purchase Decisions (Y). From this research are variables consisting of Social Media Promotion (X1), Price (X2) and Product Quality (X3) and the dependent variable is the Purchasing decision (Y). The population of this study was The Little Things She Needs consumer goods at Taman Anggrek Mall, West Jakarta. Sampling in this study with 100 respondents. The analysis in this study is multiple linear regression.

The results of this study indicate that the media of social promotion, price and quality of products have a significant effect on the purchase of shoes for The Little Things She Needs. In this research social promotion media is the most dominant variable that influences purchasing decisions,

Keywords: Promotion of Social Media, Price and Product Quality, Purchasing Decisions