

ABSTRAK

“Pengaruh Promosi Penjualan Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian”. (Study Kasus pada bengkel UQ Jaya Mobil)

Oleh:

Ach. Riang Ahsanulchuluqi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan bahwa promosi penjualan melalui media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bengkel UQ Jaya Mobil . Penelitian ini termasuk penelitian penjelasan/eksplanasi (*explanatory research*) menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui informasi bengkel UQ Jaya Mobil melalui media sosial *facebook*. Sample yang digunakan yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa bengkel UQ Jaya Mobil sebanyak 157 responden. Desain sampel penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling (Purposive sampling)*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan datanya dengan angket, wawancara, dokumentasi dan obeservasi. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan melalui media sosial *facebook* dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam memilih bengkel UQ Jaya Mobil. Semakin tinggi daya tarik promosi enjualan melalui media sosial *facebook*, maka semakin tinggi pula keputusan konsumen memilih bengkel pada UQ Jaya Mobil.

Kata Kunci: Promosi penjualan melalui media sosial *facebook* dan keputusan pembelian

ABSTRACT

"The Influence of Sales Promotion Through Social Media Against Purchase Decision". (Case Study at UQ Jaya Mobil workshop)

By:

Ach. Riang Ahsanulchuluqi

This study aims to analyze and explain that sales promotion through social media influence on purchasing decisions at UQ Jaya Mobil shop. This research includes explanatory research using quantitative approach. The population in this study are consumers who know the information shop UQ Jaya Mobil through social media facebook. Sample used is the consumer who ever used the services of UQ Jaya Mobil shop as many as 157 respondents. The sample design of this research using nonprobability sampling method (Purposive sampling). Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques with questionnaires, interviews, documentation and obeservasi. Measurement scale used is likert scale. Data analysis technique used is simple linier regression analysis. Based on the results of research shows that the promotion of sales through social media facebook can improve consumer purchasing decisions in choosing the workshop UQ Jaya Mobil. The higher the attractiveness of sales promotion through social media facebook, the higher the decision consumers choose the workshop on UQ Jaya Mobil.

Keywords: Promotion of sales through social media facebook and purchasing decisions