

**PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *RESELLER ZN_COLECTION***

ABSTRAK

Oleh:

M Ilham Ariyawan

Dosen Pembimbing

Dr. Siti Zuhroh, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi di media social terhadap keputusan pembelian pada *Reseller ZN_Collection* dan mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *Reseller ZN_Collection*. Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa variabel-variabel yang dapat diukur dengan menggunakan tanggapan responden dengan angket, populasi dan sampel adalah pelanggan *ZN_Collection* sejumlah 50 orang, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Promosi di media social mampu meningkatkan keputusan pembelian pada *Reseller ZN_Collection*. Semakin baik promosi di media social maka semakin meningkatkan keputusan pembelian dan 2) *Word of mouth* mampu meningkatkan keputusan pembelian pada *Reseller ZN_Collection*. Semakin baik *Word of mouth* maka semakin meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: promosi di media social, word of mouth dan keputusan pembelian

