

ABSTRAK

Fajar Fitriadi, NIM 3402200208. Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Kedai Kopi Biji Ciamis). Dibawah bimbingan Ibu Hj.Renny Sri Purwanti S.Pd., M.M, (Pembimbing I) dan Ibu Marlina Nur Lestari, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1) Bagaimana pengaruh *social media marketing* terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Biji Ciamis?; 2) Bagaimana pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Biji Ciamis?; 3) Bagaimana pengaruh *social media marketing* dan *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Biji Ciamis?; Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh *social media marketing* terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Biji Ciamis; 2) Pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Biji Ciamis; 3) Pengaruh *social media marketing* dan *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Biji Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis datanya yaitu analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis (uji t), analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji f). Dari hasil penelitian, berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi, menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan besarnya pengaruh 33,2%. Hasil penelitian juga menunjukkan *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan besarnya pengaruh 34,22%. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa berdasarkan analisis koefisien korelasi berganda didapat nilai korelasi sebesar 0,840. Dengan besarnya pengaruh 36,48%. Diharapkan Kedai Kopi Biji Ciamis mempertahankan *social media marketing* dan *word of mouth* sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian