

ABSTRACT

This research aims to find out how much influence Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth (e-wom) and Price have on SR12 Product Purchasing Decisions (Case Study in Lubuk Begalung District, Padang). The data in this research was collected through questionnaires distributed to consumers who had purchased and used SR12 Herbal & Cosmetic Skincare products in Padang City, Lubuk Begalung District.

The research method used is quantitative. The population in this research is consumers of SR12 Herbal & Cosmetic Skincare products. With the collected data totaling 100 respondents. The data analysis tool used in this research uses multiple linear regression with the SPSS program. The results of this research show that the variables social media marketing, electronic word of mouth (e-wom) and price have a positive and significant effect on purchasing decisions for SR12 Herbal & Cosmetic Skincare products.

Keywords: Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth (e-wom), Price and Purchasing Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Social Media Marketing*, *Electronic Word of Mouth (e-wom)* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk SR12 (Studi Kasus Pada Kecamatan Lubuk Begalung, Padang). Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar pada konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk SR12 Herbal & Kosmetik *Skincare* di Kota Padang, Kecamatan Lubuk Begalung.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen produk SR12 Herbal & Kosmetik *Skincare*. Dengan data yang terkumpul berjumlah 100 responden. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan program SPSS. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *social media marketing*, *electronic word of mouth (e-wom)* serta harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk SR12 Herbal & Kosmetik *Skincare*.

Kata Kunci : *Social Media Marketing*, *Electronic Word of Mouth (e-wom)*, Harga dan Keputusan Pembelian