

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Media Sosial, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Sebagai pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis korelasi dan uji analisis regresi berganda. Menggunakan SPSS 21. Metode pengumpulan data melalui kuisiner dengan sampel penelitian berjumlah 100 responden.

Hasil penelitian diperoleh bahwa Media Sosial berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Citra Merek berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Media Sosial, Citra Merek dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kata kunci : Media Sosial, Citra Merek, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to find out how much Social Media, Brand Image and Price influence On Purchasing Decisions. As a sampling that is by using Purposive Sampling. The analytical methods used are descriptive analysis, classic assumption test, correlation analysis and multiple regression analysis test. Using SPSS 21. Data collection method through questionnaire with research sample numbered 100 respondents.

The results of the study obtained that Social Media partially positively influenced the Purchase Decision. Brand Image partially positively affects purchasing decisions. Prices have a partial positive effect on purchasing decisions. Social Media, Brand Image and Price simultaneously have a positive and significant effect on Purchasing Decisions

Keywords : Social Media, Brand Image, Price and Purchase Decision