

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Pada Toko Kopi Epidemi)**

**ABSTRAK**

**oleh:  
Misbakhul Ulum**

**Dosen Pembimbing:  
Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara promosi melalui media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian pada Toko Kopi Epidemi. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket kuisisioner. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul. Populasi dan sampel yang digunakan yaitu Konsumen sekaligus *followers* Instagram @tokokopiepidemi yang berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non Probability Sampling* dengan teknik *incidental sampling*. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis melalui Uji t dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan bantuan SPSS versi 25. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kopi Epidemi artinya dengan mengimplementasikan strategi promosi media sosial yang efektif dapat meningkatkan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci** : Promosi, Media sosial, dan Keputusan pembelian.