

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *E-WOM* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA TOKO KOPI BERSAUDARA
MOJOKERTO)**

ABSTRAK

Ikhsal Nur Setiawan

2061104

**Dosen pembimbing:
Dr. Indra Kurniawan, S.Sos., MM**

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah *e-wom*. Keputusan pembelian merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang dialami konsumen ketika akan melakukan pembelian produk tertentu. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Keputusan pembelian merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang dialami konsumen ketika akan melakukan pembelian produk tertentu. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *social media marketing* terhadap keputusan pembelian pada Toko Kopi Bersaudara Mojokerto. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *e-WOM* terhadap keputusan pembelian pada Toko Kopi Bersaudara Mojokerto. data dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah followers Toko Kopi Bersaudara Mojokerto. Metode untuk mengumpulkan data menggunakan angket dan kuisioner. Data dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda dengan dibantu menggunakan program aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menemukan bahwa Terdapat pengaruh antara *Social media marketing* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Kopi Bersaudara Mojokerto. Terdapat pengaruh antara E-Wom (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Kopi Bersaudara Mojokerto.

Kata Kunci : *Social Media Marketing*; *E-Wom*; Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING, E-WOM ON
PURCHASING DECISIONS (STUDY AT THE TOKO KOPI BERSAUDARA
MOJOKERTO)**

ABSTRACT

Ikhsal Nur Setiawan
2061104

Supervisor:
Dr. Indra Kurniawan, S.Sos., MM

One of the factors that influences purchasing decisions is e-WOM. A purchasing decision is a series of physical and mental actions experienced by consumers when purchasing a particular product. Therefore, it can be concluded that purchasing decisions are actions taken by consumers to purchase a product. Therefore, consumer purchasing decision making is a process of selecting one of several alternative solutions to problems with concrete action. A purchasing decision is a series of physical and mental actions experienced by consumers when purchasing a particular product. Therefore, it can be concluded that purchasing decisions are actions taken by consumers to purchase a product. This research aims to determine and explain the influence of social media marketing on purchasing decisions at the Mojokerto Brothers Coffee Shop. To find out and explain the influence of e-WOM on purchasing decisions at the Mojokerto Coffee Shop. The data in this research is in the form of primary data and secondary data. The sample used in this research was followers of the Mojokerto Brothers Coffee Shop. Data collection methods use questionnaires and questionnaires. Data were analyzed using multiple linear regression techniques assisted by using the SPSS version 25 application program. The research results found that there was an influence between Social media marketing (X1) on Purchase Decisions (Y) at the Mojokerto Brothers Coffee Shop. There is an influence between E-Wom (X2) on Purchasing Decisions (Y) at the Mojokerto Brothers Coffee Shop.

Keywords: *Social Media Marketing; E-Women; Buying decision*