

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MIXUE* DI KOTA SINGARAJA

Oleh

Kellyna Marshanda Putri Pramana, NIM 1917041120

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh media sosial dan harga terhadap keputusan pembelian *Mixue* di Kota Singaraja, baik dengan parsial dan simultan. Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausal. Teknik yang dipergunakan pada penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu *sampling incidental/accidental sampling*. Jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden melalui penggunaan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data dan untuk menganalisis data digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Mixue* di Kota Singaraja, (2) harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Mixue* di Kota Singaraja, serta (3) media sosial dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Mixue* di Kota Singaraja.

Kata kunci: harga, keputusan pembelian, media sosial

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *MIXUE* DI KOTA SINGARAJA**

By

Kellyna Marshanda Putri Pramana, NIM 1917041120

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of social media and price on Mixue's purchasing decision in Singaraja City, both partially and simultaneously. The research used is causal quantitative. The technique used in determining samples in this study is incidental sampling / accidental sampling. The number of samples used in this study was as many as 100 respondents through the use of questionnaires as data collection instruments and to analyze data multiple linear regression analysis techniques were used. The results showed that (1) social media had a positive and significant effect on Mixue's purchase decision in Singaraja City, (2) price did not affect Mixue's purchase decision in Singaraja City, and (3) social media and price had a significant effect on Mixue's purchase decision in Singaraja City.

Keywords: price, purchase decision, social media