

## ABSTRAK

About String Bandung merupakan salah satu bisnis kuliner yaitu *coffee shop* yang berkonsep gaya retro yang unik namun juga kekinian mengikuti perkembangan zaman modern, yang menjual aneka minuman coffe dan non coffe serta makanan sebagai pelengkapannya. Berdasarkan penelitian awal terdapat masalah pada *social media media marketing* yang diduga disebabkan oleh Keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* melalui Instagram terhadap Keputusan pembekian konsumen di About String Bandung. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi, wawancara, dan penyebaran angket atau kuesioner, sedangkan pengumpulan data sekunder dengan cara studi kepustakaan, jurnal dan media internet. Teknik analisis data yang digunakan diantara uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis, regresi linear sederhana, koefisien korelasi rank spearman, dan Analisa koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil data penelitian, Analisa koefisiensi korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan *social media marketing* terhadap Keputusan pembelian konsumen sangat kuat dan berpengaruh. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dan selebihnya dipengaruhi variabel eksternal diluar penelitian.

Saran yang dapat peneliti berikan yaitu About String sebaiknya memberi informasikan dengan melengkapi informasi yang akan diberikan kepada pelanggan sehingga pelanggan memiliki pemahaman yang lebih lengkap tentang produk yang ditawarkan, menerapkan strategi promosi yang tidak hanya memberikan informasi, inspirasi, dan hiburan kepada pengikut mereka, melakukan program promo yang berkelanjutan.

**Kata Kunci : *Social Media Marketing*, Keputusan Pembelian Konsumen**

## **ABSTRAK**

About String Bandung is a culinary business, namely a coffee shop with a unique retro style concept but also up to date following modern times, which sells various coffee and non-coffee drinks as well as complementary foods. Based on initial research, there are problems with social media marketing which are thought to be caused by consumer purchasing decisions.

This research aims to determine the influence of social media marketing via Instagram on consumer purchasing decisions at About String Bandung. The method used is a descriptive method with a quantitative approach. Primary data collection techniques are carried out by observation, interviews, and distributing questionnaires, while secondary data collection is by means of literature studies, journals and internet media. Data analysis techniques used include validity testing, reliability testing, hypothesis testing, simple linear regression, Spearman rank correlation coefficient, and coefficient of determination analysis.

Based on the results of the research data, the correlation coefficient analysis has a positive sign which indicates that the relationship between social media marketing on consumer purchasing decisions is very strong and effect. The test results of the coefficient of determination show a positive and significant and the rest is influenced by external variables outside the study.

The suggestions that researchers can give are that About String should provide information by completing the information that will be given to customers so that customers have a more complete understanding of the products offered, implementing promotional strategies that not only provide information, inspiration and entertainment to their followers, carrying out programs ongoing promotions.

**Keywords: Social Media Marketing, Consumer Purchasing Decisions**

## ABSTRAK

About String Bandung mangrupa usaha kuliner, nya éta café kalayan konsép gaya retro anu unik tapi ogé up to date nuturkeun jaman modern, anu ngajual rupa-rupa inuman kopi jeung non-kopi ogé kadaharan pelengkap. Dumasar kana panilitian awal, aya masalah sareng pamasaran média sosial anu diduga disababkeun ku kaputusan pameseran konsumen.

Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun mikanyaho pangaruh pamasaran média sosial via Instagram kana kaputusan meuli konsumen di About String Bandung. Méthode anu digunakeun nyaéta métode déskriptif kalawan pendekatan kuantitatif. Téhnik ngumpulkeun data primér dilaksanakeun ku cara obsérvasi, wawancara, jeung ngadistribusikaeun angkét, sedengkeun ngumpulkeun data sékundér ku cara studi pustaka, jurnal jeung média internét. Téhnik analisis data anu digunakeun ngawengku uji validitas, uji réliabilitas, uji hipotésis, régrési liniér basajan, koefisien korelasi rank Spearman, jeung analisis koefisien determinasi.

Dumasar kana hasil data panalungtikan, analisis koefisien korélasi miboga tanda anu positif, nuduhkeun yén hubungan antara pamasaran média sosial jeung kaputusan beuli konsumen pohara kuat sarta boga pangaruh. Hasil uji koefisien determinasi nuduhkeun pangaruh positif jeung signifikan sarta sésana dipangaruhan ku variabel éksternal di luar panalungtikan.

Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik nya éta About String kudu méré informasi anu ngalengkepan informasi anu baris dibikeun ka konsumén sangkan para nasabah leuwih paham kana produk anu ditawarkeun, ngalaksanakeun strategi promosi anu henteu ngan méré informasi, inspirasi jeung hiburan ka konsumén, ngalaksanakeun program promosi.

**Konci: Pamasaran Media Sosial, Kaputusan Meuli Konsumén**