

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Usaha Fashion di Kecamatan Alam Barajo, Kota Jambi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari konsumen usaha fashion di Kecamatan Alam Barajo yang berusia 17 hingga 35 tahun, dengan jumlah responden sebanyak 97 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, media sosial dan promosi berkontribusi terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha fashion disarankan untuk lebih aktif dalam mengelola media sosial dan menerapkan promosi yang menarik guna meningkatkan daya saing bisnis mereka.

Kata Kunci: Media Sosial, Promosi, Keputusan Pembelian, Pemasaran Digital

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of social media and promotion on consumer purchasing decisions in fashion businesses in Alam Barajo District, Jambi City. The research method used is a quantitative approach with multiple linear regression analysis techniques. The sample in this study consisted of fashion business consumers in Alam Barajo District aged 17 to 35 years, with a total of 97 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using statistical software. The results show that social media has a positive and significant influence on purchasing decisions. Promotion also has a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, social media and promotion contribute to purchasing decisions. Therefore, fashion business owners are advised to be more active in managing social media and implementing attractive promotions to increase their business competitiveness

Keywords: Social Media, Promotion, Purchase Decisions, Digital marketing