

ABSTRACT

KHALLISTA

1501020278

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING TOWARD CUSTOMER PURCHASE DECISION IN NATURE REPUBLIC MEDAN

(xiv + 84 pages, 10 figures, 36 tables, 9 appendices)

Rapid technological developments, especially in the field of social media, provide many benefits that can be enjoyed by both individuals and companies in Indonesia. Nowadays, some companies have linked themselves to social media to enhance user interactions, while in other side, people are self-directed, they can search everything in social media. Therefore, along with users who spend more time on social media will influence their purchasing decision.

Consumer's choices throughout the decision making-process and extend and leverage of the brand's media coverage are the objective of social media marketing as part of a brand's promotional mix. Social media has impact on sales amount, brand awareness and loyalty.

This research uses a quantitative as the research design and questionnaire were distributed and the results are 122 respondents who are Instagram users and have been purchasing Nature Republic's products in order to obtain necessary data and to test the hypothesis. Descriptive and causal research methods are used in completing this research.

The result of coefficient of determination is 0.468, which means that 46.8 percent of customer purchase decision at Nature Republic Medan is influence by social media marketing. Based on the z test result, z count is higher than z table, therefore alternate hypothesis is accepted. Therefore, there is an influence of social media marketing toward customer purchase decision.

The recommendation for the company based on the research result are the company must be more creative and maximize the function of promotion facilities in Instagram. Moreover, it will be good if Nature Republic Medan have its own Instagram business user.

Keywords: Social Media, Marketing, Social Media Marketing, Customer Purchase Decision, Instagram, Nature Republic Medan

References: 6

ABSTRAK

KHALLISTA

1501020278

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING TOWARD CUSTOMER PURCHASE DECISION IN NATURE REPUBLIC MEDAN

(xiv + 84 halaman, 10 figur, 36 tabel, 9 lampiran)

Perkembangan teknologi yang pesat, terutama di bidang media sosial, memberikan banyak manfaat yang dapat dinikmati oleh individu dan perusahaan di Indonesia. Saat ini, beberapa perusahaan telah menghubungkan diri mereka dengan sosial media untuk meningkatkan interaksi pengguna, sementara di sisi lain, orang-orang yang mengarahkan diri sendiri, mereka dapat mencari segala sesuatu di sosial media. Oleh karena itu, pengguna yang menghabiskan lebih banyak waktu di sosial media akan memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Konsumen selama proses pengambilan keputusan dan memperluas dan memanfaatkan liputan media merek adalah tujuan pemasaran sosial media sebagai bagian dari promosi merek. Sosial media berdampak pada jumlah penjualan, kesadaran merek, dan loyalitas.

Penelitian ini menggunakan kuantitatif sebagai desain penelitian dan kuesioner dibagikan hasilnya adalah 122 responden yang merupakan pengguna Instagram dan pernah membeli produk Nature Republic untuk mendapatkan data yang diperlukan dan untuk menguji hipotesis. Metode penelitian deskriptif dan kausal digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Hasil dari koefisien determinasi adalah 0,468, yang berarti bahwa 46,8 persen keputusan pembelian pelanggan di Nature Republic Medan dipengaruhi oleh pemasaran sosial media. Berdasarkan hasil uji z , z hitung lebih tinggi dari z tabel, oleh karena itu hipotesis alternatif diterima. Oleh karena itu, ada pengaruh pemasaran sosial media terhadap keputusan pembelian pelanggan.

Rekomendasi untuk perusahaan berdasarkan hasil penelitian adalah perusahaan harus lebih kreatif dan memaksimalkan fungsi fasilitas promosi di Instagram. Selain itu, alangkah baiknya jika Nature Republic Medan memiliki akun bisnis Instagram sendiri.

Kata kunci: *Media Sosial, Pemasaran, Pemasaran Media Sosial, Keputusan Pembelian Pelanggan, Instagram, Nature Republic Medan*

Referensi: 65