

ABSTRAK

Eka Satirianisa Mappe, (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Variasi Menu dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Rumakadua. Ketua Komisi: Irfandi Buamonabot, S.E., M.SC, Anggota Komisi: Zandy Pratama Zain, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh social media marketing, variasi menu dan harga terhadap keputusan pembelian pada cafe rumakadua. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 112 responden, penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan data dianalisis menggunakan software SPSS Statistics 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa social media marketing, variasi menu dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci: Social Media Marketing, Variasi Menu dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT.

Eka Satirianisa Mappe, (2024). The Influence of Social Media Marketing, Menu Variations and Prices on Purchasing Decisions at Cafe Rumakadua. Commission Chair: Irfandi Buamonabot, SE, M.SC, Commission Member: Zandy Pratama Zain, SE, MM

This research aims to determine the influence of social media marketing, menu variations and prices on purchasing decisions at the Rumakadua cafe. This type of research uses a quantitative approach. The sample used in this research was 112 respondents, this research used multiple linear regression analysis techniques and the data was analyzed using SPSS Statistics 29 software. The results of this research show that social media marketing, menu variations and prices partially have a significant effect on purchasing decision variables.

Keywords: Social Media Marketing, Menu Variations and Prices on Purchasing Decisions