

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK *FASHION SMBD APPAREL***

(Survei pada Konsumen *SMBD Apparel* di Kabupaten Sleman)

AHNAF WIJDAN BAIHAQI

NIM 141190194

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ahnafwib@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Marketing*, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian survei, menggunakan alat pengumpulan data berupa kuisioner. Populasi serta sampel pada penelitian ini sebanyak 133 responden di Kabupaten Sleman, menggunakan data primer dengan metode purposive sampling. Kriteria responden dalam penelitian ini konsumen merupakan konsumen yang berdomisili di Kabupaten Sleman, konsumen sedang dalam proses keputusan pembelian *SMBD Apparel*, memiliki pertimbangan pemasaran yang dilakukan pada *social media* serta memiliki pertimbangan terkait harga dalam membeli produk *fashion*, dan Mempertimbangkan kualitas produk *SMBD Apparel* saat akan melakukan keputusan pembelian. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Secara bersama-sama *social media marketing*, harga, dan kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) *Social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 4) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

***INFLUENCE SOCIAL MEDIA MARKETING, PRICE, AND
PROUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS
ON SMBD APPAREL FASHION PRODUCTS
(Survey of SMBD Apparel Consumers in Sleman Regency)***

AHNAF WIJDAN BAIHAQI

NIM 141190194

Management Study Program

Faculty of Economics and Business UPN “Veteran” Yogyakarta

ahnafwib@gmail.com

ABSTRACT

Research This study aims to determine the effect of Social Media Marketing, Price, and Product Quality on Purchasing Decisions. This research is a survey research, using data collection tools in the form of questionnaires. Population and sample in this study were 133 respondents in Sleman Regency, using primary data with purposive sampling method. The criteria for respondents in this study are consumers who live in Sleman Regency, consumers are in the process of purchasing decisions for SMBD Apparel, have consideration of marketing carried out on social media and have an considerations related to price in buying fashion products, and consider the quality of SMBD Apparel products when making purchases. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results showed that: 1) By together social media marketing, price, and product quality have a significant influence on purchasing decision, 2) Social media marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions, 3) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions, 4) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Social Media Marketing, Price, Product Quality, Purchase Decisions*