

ABSTRAK

PENGARUH STRATEGI PROMOSI PENJUALAN MELALUI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA MYSHUTTLE YANG DIMEDIASI WORD OF MOUTH MARKETING

ALIF FAHMI MAHENDRA

afahmimahendra@gmail.com

Penelitian ini membahas tentang pengaruh strategi promosi penjualan melalui sosial media terhadap keputusan penggunaan jasa *Myshuttle* yang dimediasi *word of mouth marketing* pada penumpang *Myshuttle* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Data diambil dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah responden sebanyak 83 penumpang. Pengumpulan data primer dilakukan dengan kuisioner yang disusun menggunakan skala *likert* dan kemudian diolah menggunakan analisis *SEM PLS (Structural Equation Modelling Partial Least Square)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket *Myshuttle* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, *word of mouth marketing* menjadi variabel mediasi hubungan pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian tiket *Myshuttle* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket *Myshuttle* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, *word of mouth marketing* menjadi variabel mediasi hubungan pengaruh sosial media terhadap pembelian tiket *Myshuttle* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, *word of mouth marketing* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap pembelian tiket *Myshuttle* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Sosial Media, *Word of Mouth Marketing*, Keputusan Pembelian