

Siti Friska Milianty.16219098

PENGARUH HARGA, SOCIAL MEDIA MARKETING, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENANTEA

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2022

ABSTRAK

Bisnis kuliner menjadi tren di Indonesia, inovasi makanan atau minuman digemari berbagai kalangan. Menantea merupakan salah satu bisnis kekinian yang hadir ditengah tren saat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh harga, *social media marketing*, dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian Menantea.

Pada penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner 100 responden yang hasilnya akan diuji menggunakan SPSS 21. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji F), dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini adalah harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian Menantea. *Social media marketing* berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian Menantea. eWOM berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian Menantea. Harga, *social media marketing*, dan eWOM berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Menantea.

Kata kunci : *Harga, Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth, Menantea*

(xiv + 71 + lampiran)

Daftar Pustaka (2009-2021)