**ABSTRAK**

#### PENGARUH PROMOSI BERBASIS SOSIAL MEDIA DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ALFAMART W418 DESA BANDAR SETIA

**Oleh :**

**Andi Rahman**

**173114305**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi berbasis sosial media dan potongan harga terhadap keputusan pembelian pada alfamart W418 desa Bandar Setia. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen alfamart W418 dari bulan Januari-Maret 2021 sebanyak 25.198 orang. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan rumus slovin, berdasarkan perhitungan jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti, maka dapat ditentukan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Instrumen pengambilan data menggunakan angket / kuisioner yang kemudian di analisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda **Y = 9.322+ 0.6931 + 0,6122 .** Dari hasil penelitian ini terdapat pengaruh antara promosi berbasis sosial media dan potongan harga terhadap keputusan pembelian pada Alfamart W418 desa Bandar Setia. Dengan hasil uji R square sebesar 0.649 yang berarti 64,9% menyatakan bahwa variabel Promosi berbasis sosial media dan Potongan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 64,9 % sedangkan sisanya 35,1%.dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini

Kata Kunci : Promosi Berbasis Sosial Media, Potongan Harga dan Keputusan Pembelian

