**ABSTRAK**

**MULIA RAHMAN KANDAU, NPM: 193114039, PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN DIFFERENTIATION PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ERNI DIMSUM DI MEDAN JOHOR**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap keputusan pembelian pada erni dimsum di medan johor. Untuk mengetahui pengaruh *differentiation* produk terhadap keputusan pembelian pada erni dimsum di medan johor. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial dan *differentiation* produk terhadap keputusan pembelian pada erni dimsum di medan johor. Penelitian ini menggunakan medote kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 95 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuisioner dan observasi. pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 23.0 dengan tingkat signifikansi 0,05. Dari hasil yang di uji menggunakan SPSS pengujian validitas dan reabilitas mendapatkan hasil yang valid dan reabel, Teknik Analisa data menggunakan uji (R) Determinasi melalui pengujian linear berganda menyatakan bahwa variabel Penggunaan Media Sosial (X1) *Diffrentiation* Produk (X2) dan Keputusan Pembelian(Y) pada erni dimsum di medan johor sebesar 85% menunjukkan Penggunaan media sosial dan differentiation produk terhadap keputusan pembelian erni dimsum. Sedangkan sisanya 15% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan SPSS 23.0 didapat persamaan regresi berganda model regresi sebagai berikut: Y= -0,713 +0,376 x1 + 0,758 x2+ e. Variabel Penggunaan Media Sosial (X1*) Diffrentiation* Produk (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian(Y) pada erni dimsum di medan johor

**Kata Kunci : *penggunaan media sosial, differentiation produk, keputusan pembelian.***

