

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI  
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN DI RESTORAN CEKER  
SETAN BANDUNG

Afif Rahman Usbana  
10090311133

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial* di Restoran Ceker Setan, *bagaimana keputusan pembelian* konsumen di Restoran Ceker Setan dan bagaimana pengaruh *Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial* terhadap *keputusan pembelian* konsumen di Restoran Ceker Setan.

Jenis penelitian yang dilaksanakan ini bersifat verifikatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data insidental sampling dengan menggunakan 100 sampel responden konsumen Restoran Ceker Setan Bandung. Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan *Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial* yang digunakan oleh Restoran Ceker Setan tergolong cukup kuat, artinya *Komunikasi Pemasaran*

*melalui Media Sosial secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian*

**Kata kunci:** *Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial, Keputusan Pembelian Konsumen.*



MARKETING COMMUNICATION THROUGH  
SOCIAL MEDIA EFFECT ON CONSUMER  
BUYING DECISION AT RESTAURANT CEKER  
SETAN BANDUNG

Afif Rahman Usbana  
10090311133

ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine how the implementation of the Marketing Communication through Social Media in Restaurant Ceker Setan, how consumer purchasing decisions in Restaurant Ceker Setan and how the influence of Marketing Communication through Social Media on consumer purchasing decisions in Restaurant Ceker Satan.*

*This type of research is verification conducted using incidental sampling techniques of data collection using a sample of 100 consumer respondents Ceker Setan Restaurants Bandung. Analysis of the data used to test the hypothesis is regression analysis.*

*These results indicate that the implementation of the Marketing Communication through Social Media used by Ceker Setan Restaurant is quite strong, which means Marketing Communication through Social*

*Media is significantly positive effect on purchase decisions*

*Keywords : Marketing Communication through Social Media ,Consumer Purchase Decision .*

