

**Judul Penelitian : PENGARUH MEDIA SOSIAL, PENETAPAN
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA
KEDAI KOPI BERSAHAJA**

Dosen Pembimbing : Ustadus Sholihin, S.E., M.M
: Ling Sri Hardiningrum, S.PD., M.M
Nama Mahasiswa : Mohammad Yusuf Hussein
NPM : 21130210041

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Media Sosial, Penetapan Harga dan Promosi terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian Ulang pada Kedai Kopi Bersahaja. Metode yang digunakan penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan SPSS 25. Populasi pada penelitian ini sebanyak 226 konsumen dengan sampel 107 responden. Teknik pengambilan sampel penelitian ini yaitu menggunakan *incidental sampling*. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Media Sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, Penetapan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, Promosi secara parsial berpengaruh parsial secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, Media Sosial, Penetapan Harga dan Promosi tsecara simultan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Saran Kedai Kopi Bersahaja dapat mengoptimalkan media sosial dengan konten yang menarik dan relevan, menyesuaikan harga secara berkala, serta menawarkan promosi yang variatif. Sinergi ketiga aspek ini diharapkan mampu meningkatkan keputusan pembelian ulang konsumen.

**Kata Kunci : Media Sosial, Penetapan Harga, Promosi,
Keputusan Pembelian Ulang**