

**Judul Penelitian : Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi SK Coffee Lab Kota Kediri.**

Dosen Pembimbing : Indah Yuni Astuti, S.E.,M.M

Angga Permana Mahaputra, SE.,MM

Nama Mahasiswa : Mita Ivanka Eka Cahya

NPM : 20130210136

**ABSTRAK**

Industri kuliner menjadi salah satu industri dalam bisnis yang sangat menjanjikan dan banyak diminati, sehingga persaingan dalam industri ini menjadi semakin ketat karena banyak pelaku bisnis bermunculan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi promosi melalui media sosial instagram dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi SK Coffee Lab Kota Kediri. Lokasi penelitian ini ada di Jalan Pahlawan Kusuma Bangsa No. 39B, Kota Kediri. Jenis penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* yang menghasilkan responden sebanyak 91 responden. Alat analisis yang digunakan untuk penelitian ini yaitu SPSS For Windows 25. Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi linier berganda Uji t menunjukkan bahwa strategi promosi melalui media sosial instagram memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari nilai  $3,471 >$  dari  $1,66235$  kemudian, *word of mouth* juga berpengaruh

secara parsial terhadap keputusan pembelian di lihat dari nilai 2,069>dari 1,66235. Uji F menunjukkan bahwa strategi promosi melalui media sosial instagram dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan di lihat dari nilai 13,867>2,48.

**Kata kunci : Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian.**