

## ABSTRAK

**Tujuan :** Penelitian ini berupaya untuk meninjau lebih lanjut tingkat pengaruh promosi di media sosial dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko Graha Mulia Plaza Lumajang.

**Metode Penelitian :** Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan 45 responden konsumen di toko Graha Mulia Plaza Lumajang dengan pendekatan menggunakan teknik sampling *nonprobability sampling* dengan teknik *accidental sampling*.

**Hasil :** Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda penelitian ini menemukan adanya pengaruh yang signifikan dan simultan antara promosi di media sosial dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko Graha Mulia Plaza Lumajang dengan ditunjukkan dengan hasil determinan sebesar 53,3% sisanya dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, lokasi, citra perusahaan, pengalaman, keyakinan, situasi dan lain sebagainya.

**Kata Kunci :** promosi media sosial, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

## **ABSTRACT**

**Objective:** *This study seeks to further review the level of influence of promotion on social media and service quality on purchasing decisions at the Graha Mulia Plaza Lumajang store.*

**Research Methods:** *The method used is a case study with 45 consumer respondents at the Graha Mulia Plaza Lumajang store with an approach using a non-probability sampling technique with an accidental sampling technique.*

**Results:** *Using multiple linear regression analysis, this study found a significant and simultaneous influence between promotions on social media and service quality on purchasing decisions at the Graha Mulia Plaza Lumajang store, as indicated by the determinant results of 53.3% the rest was influenced by product quality, price, location, company image, experience, beliefs, situation and so on.*

**Keywords:** *social media promotion, service quality, customer satisfaction*

