

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Social Media Promotion*, *Price*, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Toko Yasmin Cake & Cookies. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 60 responden yang merupakan konsumen toko tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Social Media Promotion* dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel *Price* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa promosi melalui media sosial dan inovasi produk merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, sementara harga tidak menjadi pertimbangan utama. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan promosi digital serta mengembangkan inovasi produk agar tetap kompetitif dan relevan dengan kebutuhan konsumen.

Kata Kunci : *Social Media Promotion*, *Price*, Inovasi Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Social Media Promotion, Price, and Product Innovation on Purchase Decisions at Yasmin Cake & Cookies. The research employs a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 60 respondents who are customers of the store. The sampling technique used is non-probability sampling with a purposive sampling method. Data were analyzed using multiple linear regression to examine the effect of each variable. The results indicate that Social Media Promotion and Product Innovation have a significant influence on purchase decisions, while Price does not have a significant effect. These findings suggest that social media promotions and product innovation are crucial factors influencing consumer purchasing decisions, whereas price is not the main consideration. Therefore, it is recommended that the company continues to enhance digital marketing efforts and develop product innovations to remain competitive and relevant to consumer needs.

Keywords : Social Media promotion, Price, Product Innovation and Purchasing Decisions

