

ABSTRAK

Rumusan masalah penelitian ini merupakan dasar perumusan kerangka pemikiran. Untuk memperoleh kerangka penelitian yang jelas dan menyeluruh (komprehensif) diperlukan dukungan kerangka teori yang dapat menjelaskan semua pengertian dan definisi dari variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian, baik variabel yang bersifat independen maupun dependen. Berdasarkan latar belakang rumusan yang akan peneliti kaji adalah mengenai pengaruh *social media marketing* pada keputusan pembelian konsumen pada kfc transmart jember. Peneliti mengambil lokasi penelitian di KFC Transmart Jember. Penelitian dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC Cabang Transmart Jember”. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh 4 hal yang dapat memaksimalkan sosial media marketing yaitu variabel *content creation*, *content sharing*, *connecting*, dan *community building*. Jenis penelitian yang diambil peneliti adalah kuantitatif. Tahap pengumpulan data penelitian yaitu melakukan proses wawancara, observasi serta dokumentasi, hasil pengamatan, dan hasil pembicaraan yang dianalisis peneliti hingga tahap penarikan kesimpulan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen KFC Transmart Jember sebanyak 385 orang untuk memenuhi kebutuhan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content sharing*, *connecting*, *content creation*, *community building* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *social media marketing*, keputusan pembelian, kfc

ABSTRACT

The formulation of the research problem is the basis for the formulation of the framework. To obtain a clear and thorough (comprehensive) research framework, it is necessary to support a theoretical framework that can explain all the meanings and definitions of the variables used in the research, both independent and dependent variables. Based on the background of the formulation that the researcher will examine is regarding the influence of social media marketing on consumer purchasing decisions at KFC Transmart Jember. Researchers took the research location at KFC Transmart Jember. Research with the title "The Influence of Social Media Marketing on Consumer Purchase Decisions at KFC Transmart Jember Branch". The purpose of this study is to identify and analyze the influence of 4 things that can maximize social media marketing, namely content creation, content sharing, connecting, and community building variables. This type of research taken by researchers is quantitative. The stage of collecting research data is conducting interviews, observation and documentation, observations, and results of conversations that are analyzed by researchers up to the conclusion drawing stage. Respondents in this study were 385 consumers of KFC Transmart Jember to meet the needs of research conducted by researchers. Based on the results of the study, it shows that content sharing, connecting, content creation, community building has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *social media marketing, purchase decision, kfc*