

## ABSTRAK

Manfaat media sosial tidak hanya sekedar untuk membagikan suatu momen atau mendapatkan informasi saja, di era serba digital saat ini pemanfaatan media sosial untuk kegiatan berbisnis mudah dilakukan. Penggunaan media *Facebook* atau *Instagram* untuk berbisnis dapat dilakukan dengan mudah, promosi menggunakan media sosial tersebut dapat dilakukan dengan metode berbayar atau pun gratis. Metode promosi yang berbayar yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *Facebook Advertising* dimana perusahaan dapat meningkatkan jangkauan interaksi sosial medianya lebih luas. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh *Context*, *Communication*, *Collaboration*, *Connection* terhadap keputusan pembelian di Jember Helmet Gallery menggunakan *Facebook Advertising*. Sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan pengumpulan data dilakukan dengan metode e-survey. Hasil penelitian ini bahwa variabel *Context* dan *Connection* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Jember Helmet Gallery.

**Kata kunci :** Media sosial. *Context*, *Communication*, *Collaboration*, *Connection*, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

The benefits of social media are not just for sharing a moment or getting information, in today's digital era, the use of social media for business activities is easy to do. The use of media *Facebook* or *Instagram* for business can be done easily, promotion using social media can be done with paid or free methods. The paid promotion method used in this study uses *Facebook Advertising* where companies can increase the reach of their wider social media interactions. The purpose of this study is to determine the effect of *Context*, *Communication*, *Collaboration*, *Connection* on purchasing decisions at the Jember Helmet Gallery using *Facebook Advertising*. The sample used was *purposive sampling* and data collection was done by using the e-survey method. The results of this study indicate that the variables *Context* and *Connection* have a positive and significant effect on purchasing decisions at the Jember Helmet Gallery.

**Keywords:** Social media. *Context*, *Communication*, *Collaboration*, *Connection*, Purchasing Decisions

