

ABSTRAK

Kuliner adalah salah satu daya tarik yang ditawarkan oleh kota Bandung. Pilihan kuliner yang ada di ibu kota provinsi Jawa Barat ini sangat beragam, mulai dari jajanan tradisional sampai menu masakan luar negeri. Ada beberapa strategi promosi penjualan yang sangat sering digunakan perusahaan seperti promosi melalui televisi, promosi melalui media cetak, strategi melalui internet. Strategi promosi melalui internet khususnya Sosial Media menjadi salah satu cara yang dianggap cukup praktis dan tidak membutuhkan banyak biaya serta dapat menjangkau konsumen secara luas.

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh periklanan sosial media terhadap keputusan pembelian konsumen Nasi Goreng Mafia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap Periklanan dalam kategori baik dengan skor 74,8 %. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap Keputusan Pembelian dalam kategori baik dengan skor 81,8 %. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa dengan meningkatnya Periklanan di dalam perusahaan akan berpengaruh untuk meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen.

Kata Kunci : Periklanan , Keputusan Pembelian .