

ABSTRAK

Muhammad Rahman Ghaniyyu (2013021019)

Pada penelitian berjudul **“PENGARUH KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* DAN *SOCIAL MEDIA* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PT .QASIR JAKARTA SELATAN”** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara *Social media*, dan komunikasi *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada konsumen PT. Qasir. PT. Qasir merupakan perusahaan perangkat lunak yang menyediakan jasa untuk penghitungan pembukuan suatu toko. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif, yaitu statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Pada penelitian ini jumlah responden yang dipakai yaitu sebanyak 100 orang. Hasil dari penelitian ini yaitu media sosial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan *Word Of Mouth* berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Dan keputusan pembelian mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Media Sosial, komunikasi *Word of Mouth*, Keputusan pembelian, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Muhammad Rahman Ghaniyyu (2013021019)

In a research entitled "THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH COMMUNICATION AND SOCIAL MEDIA ON CUSTOMER SATISFACTION THROUGH PURCHASE DECISION PT. QASIR IN SOUTH JAKARTA" This study aims to determine whether there is influence between Social media, and word of mouth communication to purchase decision. This research was conducted on consumer PT. Qasir. PT. Qasir is a software company that provides services for calculating bookkeeping of a store. Data analysis method used is quantitative data analysis, that is descriptive statistic. Descriptive statistics are statistics used to analyze data by way of describing or describing data that has been accumulated as is without intending to make conclusions that apply to the public or generalization. In this research the number of respondents used are as many as 100 people. The result of this research is social media have influence to purchasing decision. While Word Of Mouth negatively affect the purchase decision. And purchasing decisions have an influence on customer satisfaction.

Keywords: Social Media, Word of Mouth, Purchase Decision, Consumer Satisfaction