

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROYALE HAT CO

Royale Hat Co adalah perusahaan yang bergerak di bidang *fashion* yang memproduksi topi dengan tiga varian, yaitu topi dengan *design* Royale Hat Co, *custom*, dan topi polos. Royale Hat Co menawarkan tiga varian warna, yaitu hitam, putih, dan biru tua (*blue navy*). Royale Hat Co menggunakan bahan topi dengan kualitas premium yaitu kain rafel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian produk Royale Hat Co. Penentuan sumber data menggunakan sampel total dengan 40 responden yaitu konsumen yang telah membeli produk Royale Hat Co. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan format deskriptif. Metode pengambilan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan menggunakan regresi linier sederhana sebagai teknik analisis data. Hasil kuesioner tersebut diuji dengan menggunakan *software* statistik yaitu SPSS 22 *for windows*. Hasil dari penelitian ini adalah media sosial berpengaruh secara signifikan positif terhadap keputusan pembelian produk Royale Hat Co. Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian produk Royale Hat Co adalah sebesar 0,668 yang berarti tinggi rendahnya keputusan pembelian dipengaruhi oleh media sosial.

Kata Kunci: Media Sosial, Keputusan Pembelian

