

ABSTRAK

Skripsi dengan judul ‘**Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Iffa Hijab Kediri**’ ini ditulis oleh Nur Faizah, NIM 126402201004 jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan pembimbing Dr.Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Diera sekarang ini banyak berdiri industri *fashion* salah satunya dalam bidang busana muslim wanita yaitu Hijab/Jilbab. Sehingga Toko Iffa Hijab Kediri tertarik bersaing di Kabupaten Kediri. Perusahaan ini memiliki strategi pemasaran berupa kelengkapan produk yang ditawarkan serta produk ini mampu bersaing dengan harga yang bisa dijangkau., hal tersebut mampu menimbulkan keputusan pembelian. adapun strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti *social media marketing* dan *word of mouth*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Bagaimanakah pengaruh *social media marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Iffa hijab Kediri? 2) Bagaimanakah pengaruh strategi *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Iffa hijab Kediri? 3) Bagaimanakah pengaruh *social media marketing* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Iffa hijab Kediri?

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan pendekatan asosiatif, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada toko Iffa hijab Kediri yang tidak diketahui jumlah pelanggannya. Rumus yang digunakan adalah rumus Limeshow dengan jumlah sampel 70 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner dan dokumentasi. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS 24.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa (1) *Social media marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Iffa Hijab Kediri. (2) *Word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Iffa Hijab Kediri. (3) *Social media marketing* dan *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Iffa Hijab Kediri.

Kata Kunci : *Social media marketing*, *Word of mouth*, Keputusan pembelian konsumen.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Social Media Marketing and Word of Mouth on Consumer Purchasing Decisions at the Iffa Hijab Kediri Store" was written by Nur Faizah, NIM 126402201004 majoring in Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business with supervisor Dr.Nur Aziz Muslim, M.H.I.

In the current era, many fashion industries have been established, one of which is in the field of Muslim women's clothing, namely the Hijab/Jilbab. So the Kediri Iffa Hijab Shop is interested in competing in Kediri Regency. This company has a marketing strategy in the form of completeness of the products offered and these products are able to compete at affordable prices. This can lead to purchasing decisions. Marketing strategies in increasing purchasing decisions are also influenced by several factors, such as social media marketing and word of mouth.

This research aims to find out: 1) How does social media marketing influence consumer purchasing decisions at the Iffa hijab shop in Kediri? 2) How does word of mouth strategy influence consumer purchasing decisions at the Iffa hijab shop in Kediri? 3) What is the influence of social media marketing and word of mouth on consumer purchasing decisions at the Iffa hijab shop in Kediri?

This type of research is quantitative research, with an associative approach, the population in this research is consumers who make purchases at the Iffa hijab shop in Kediri whose number of customers is unknown. The formula used is the Limeshow formula with a sample size of 70 people. Data collection techniques in this research used questionnaires and documentation. Data processing in this study used SPSS 24.

The results of the research show that (1) Social media marketing has a significant influence on consumer purchasing decisions at the Iffa Hijab Kediri Store. (2) Word of mouth has a significant influence on consumer purchasing decisions at the Iffa Hijab Kediri Store. (3) Social media marketing and word of mouth have a significant influence on consumer purchasing decisions at the Iffa Hijab Kediri Store.

Keywords: *Social media marketing, Word of mouth, consumer purchasing decisions.*