

ABSTRAK

Penarikan industri ke kawasan BTP merupakan salah satu usaha BTP untuk menghasilkan laba. Dalam setiap tahunnya BTP selalu kesulitan untuk mencapai target memenuhi ruangan kantor oleh para *tenant*. Dapat dikatakan BTP mempunyai masalah dalam pertumbuhan penjualan dan keputusan pembelian konsumennya. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh pemasaran melalui media sosial terhadap keputusan pembelian penyewa di Bandung Techno Park. Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park”. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi para *tenant* Bandung Techno Park. Sampel yang digunakan adalah sampel konsensus. Metode dalam pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner dan analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk memiliki pengaruh signifikan dengan persamaan regresi $Y = 5,675 + 0,209X$. Untuk uji *R square* menunjukkan angka 0,249, dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa pengaruh dari *social media marketing* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 24,9% dan sisanya sebesar 75,1% dipengaruhi faktor lain seperti fasilitas yang tersedia, harga dan lingkungan yang mana tidak diteliti dalam penelitian ini. Kata kunci: Social Media Marketing dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The withdrawal of the industries to the Bandung Techno Park area is one attempt BTP to bring profit. In every years btp would not have difficulty to reach the target packing the room of office by the tenant. It can be said BTP have a problem sales growth and decisions the purchase of consumers. In this research writer would like know how big the influence of marketing via social media toward the purchase decision a tenant in Bandung Techno Park. Research is called "Analysis of Social Media Marketing on Purchasing Decisions of Bandung Techno Park". A theory that used in this research uses the quantitative with a population of the tenant Bandung Techno Park. Sample used is the consensus. Method in data collection by using kuisisioner and analysis of data use linear regression simple. The results of the study showed that attributes products having significant impact with the regression equation is $y = 5,675 + 0,209x$. To test r square showed the 0,249 , in this can be explained that the influence of social media marketing of the decision the purchase is of 24,9 % and the rest of 75,1 % influenced factors are other factors such as facilities available, prices and environment which is subjects in this study . Keyword: social media marketing and purchase decisions.