

## ABSTRAK

Dengan banyaknya penduduk dimanfaatkan oleh sejumlah pelaku usaha di bidang property, mengingat rumah adalah kebutuhan primer bagi setiap orang. Banyaknya pelaku usaha yang memanfaatkan peluang tersebut dan mengakibatkan persaingan bisnis property semakin ketat. Salah satunya Sapphire Grup Purwokerto, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi agar tercapainya keputusan pembelian. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya adalah sosial media marketing instagram terhadap keputusan pembelian pada Sapphire Grup Purwokerto. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sosial media marketing instagram pada Sapphire Grup Purwokerto, untuk mengetahui keputusan pembelian pada Sapphire Grup Purwokerto dan untuk mengetahui pengaruh sosial media marketing instagram terhadap keputusan pembelian pada Sapphire Grup Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis penelitian deskriptif. Dan menggunakan skala likert sebagai pengukuran. Teknik sampling menggunakan teknik probability sampling. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen dari Sapphire Grup Purwokerto dan dari populasi tersebut terdapat 110 sampel yang akan diteliti. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana dan diolah menggunakan SPSS 25 For Windows.

Berdasarkan hasil hipotesis sosial media marketing instagram terhadap keputusan pembelian memiliki nilai t hitung sebesar  $7,0246 >$  nilai t tabel  $1,9822$ , serta nilai Sig yaitu  $0,000 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan hasil uji koefisien determinasi sosial media marketing instagram terhadap keputusan pembelian sebesar  $31,36\%$ .

**Kata kunci :** Sosial Media Marketing, Keputusan Pembelian, Instagram