

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *social media marketing* dan *customer trust* terhadap *purchase decision* pada *customer* Gramedia PVJ Bandung. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh adalah konsumen Gramedia PVJ Bandung yang tidak terbatas jumlahnya. Metode pengambilan sampel menggunakan insidental sampling dengan jumlah sampel 100 pelanggan. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi menggunakan SPSS.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh terhadap *purchase decision*. *Customer trust* berpengaruh terhadap *purchase decision*. *Social media marketing* dan *customer trust* secara simultan berpengaruh terhadap *purchase decision*

Kata kunci : *Social Media Marketing*, *Customer Trust*, dan *Purchase Decision*