

ABSTRAK

Social media marketing khususnya melalui Instagram sudah menjadi salah satu cara yang digunakan oleh banyak tempat usaha dalam memasarkan produknya. Dengan konten yang dapat dibagikan di laman Instagram dapat membuat ketertarikan secara personal terhadap pelanggan yang memiliki rasa ingin tahu berlebih untuk mengunjungi kedai kopi tersebut. Keputusan Pembelian atas sebuah produk tidak terlepas dari peran *social media marketing* yang tepat sasaran sehingga pelanggan tidak hanya mempunyai rasa ingin tahu yang lebih untuk berkunjung melainkan juga membeli produk yang ditawarkan pada kedai kopi tersebut.

Penelitian ini dilakukan di Sequoia Coffee Garden Bogor dengan Social Media Marketing sebagai variabel bebas dan Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui klasifikasi penilaian Social Media Marketing dan Keputusan Pembelian di Sequoia Coffee Garden Bogor serta menguji Pengaruh Social Media Marketing Instagram terhadap Keputusan Pembelian di Sequoia Coffee Garden Bogor.

Kata Kunci : *Social Media Marketing* Instagram, Keputusan Pembelian