

ABSTRAK

Perkembangan properti di Tasikmalaya terus mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kota ini semakin menarik perhatian para investor dan pembeli properti karena berbagai alasan. Salah satu faktor utama pendorong perkembangan properti di Tasikmalaya adalah pertumbuhan ekonomi yang pesat. PT. Kharisma Mataram Raya menggunakan Instagram sebagai media pemasaran dengan menggunakan fitur akunportofolio Instagram dan Instagram Ads untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan permasalahan dan fenomena yang terjadi, maka penulis akan meneliti apakah sosial media marketing Instagram dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian perumahan pada PT. Kharisma Mataram Raya di Tasikmalaya. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Perumahan Pada PT. Kharisma Mataram Raya Tasikmalaya”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Kharisma Mataram Raya Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode kuantitatif dengan fokus pada analisis deskriptif, dan menggunakan persamaan regresi linear berganda dengan menggunakan IBM SPSS 3.0. Sampel penelitian ini berjumlah 96 responden dengan alat survey menggunakan *google form*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Social Media Marketing* dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini bahwa *Social Media Marketing* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Seiring berkembangnya zaman yang sudah harus mengikuti trend, maka peneliti berharap PT. Kharisma Mataram Raya dapat menggunakan *Social Media* khususnya Instagram dalam melakukan pemasarannya guna untuk meningkatkan penjualannya.

Kata Kunci : *Marketing, Social Media Marketing* , Instagram, Kualitas Pelayanan, Properti Residensial, Keputusan Pembelian.