

ABSTRAK

Perkembangan teknologi salah satunya media elektronik internet telah mengubah pola interaksi masyarakat yang sebelumnya berakhir pada tahapan konvensional menjadi interaktif menghasilkan *feedback* baik dalam organisasi maupun individu, sebagai contoh ialah interaksi bisnis, ekonomi, sosial, dan budaya. Jakarta sebagai kota kosmopolitan di kawasan Asia sudah menjadi salah satu pusat perkembangan industri *fashion* beberapa tahun belakangan ini. Para pelaku industri *fashion* terus menciptakan rancangan terbaru dan berbagai *event* promosi salah satunya promosi melalui *Twitter* secara teratur untuk memberikan kemudahan informasi dan bertransaksi kepada konsumennya. Salah satu perusahaan yang sudah menggunakan *Twitter* untuk berpromosi ialah Penny Jakarta. Penny Jakarta adalah perusahaan yang bergerak di sektor *fashion skate street wear* yang menjual barang-barang yang bisa dikatakan limited edition.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode kausalitas. Peneliti menggunakan 100 responden sebagai sampel dengan teknik *insidental sampling* serta dengan teknik analisis regresi linear sederhana dimana promosi melalui *Twitter* variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa promosi melalui *Twitter* dikategorikan sudah tinggi dengan persentase sebesar 78,3% dan keputusan pembelian sudah baik dengan persentase sebesar 78,8% serta terdapat pengaruh signifikan promosi melalui *Twitter* terhadap keputusan pembelian produk Penny di kota Jakarta.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, model regresi yang digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh promosi melalui *Twitter* dapat digunakan, karena dari tabel di atas terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,985 > 1,984$). Maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan Promosi melalui *Twitter* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Penny di kota Jakarta.

Kata Kunci : Promosi melalui *Twitter*, keputusan pembelian