

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi pemasaran melalui media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pinky Salon Lhokseumawe. perkembangan teknologi informasi yang menyebabkan media sosial menjadi salah satu sarana promosi yang efektif dalam dunia bisnis, khususnya dalam industri jasa kecantikan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik regresi linear sederhana. Dengan metode non probability sampling dan teknik yang dipilih melalui purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran melalui media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial sebagai media promosi mampu meningkatkan minat dan keputusan pembelian konsumen. Temuan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien di era digital.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran melalui media sosial dan Keputusan Pembelian,