

## ABSTRAK

**Maulida Rijka.** 2023. *Pengaruh Instagram sebagai Sosial Media Marketing, Suasana Tempat dan Harga terhadap Pembelian Impulsif di Miracle Coffee Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Rohana Faridah, S.E, M.M.

**Kata Kunci:** Instagram sebagai Sosial Media *Marketing*, Suasana Tempat, Harga, Pembelian Impulsif.

Instagram sering digunakan sebagai sebuah perangkat pemasaran yang modern. Instagram mampu membuat para pebisnis berkompetisi dalam memasarkan produknya seperti yang dilakukan oleh Miracle Coffee Banjarmasin. Kemudian, suasana tempat dan harga juga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam aktivitas pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Instagram sebagai Sosial Media *Marketing*, Suasana Tempat dan Harga secara simultan dan parsial terhadap Pembelian Impulsif di Miracle Coffee Banjarmasin.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner atau angket yang disebar, kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 22 untuk mengetahui pengaruh Instagram sebagai sosial media *marketing*, suasana tempat dan harga terhadap pembelian impulsif di Miracle Coffee Banjarmasin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: **Pertama**, Instagram sebagai sosial media *marketing* (X1), suasana tempat (X2) dan harga (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap pembelian impulsif (Y) di Miracle Coffee Banjarmasin. **Kedua**, Instagram sebagai sosial media *marketing* (X1) dan suasana tempat (X2) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap pembelian impulsif (Y) di Miracle Coffee Banjarmasin, sedangkan harga (X3) memiliki pengaruh secara parsial terhadap pembelian impulsif (Y) di Miracle Coffee Banjarmasin.