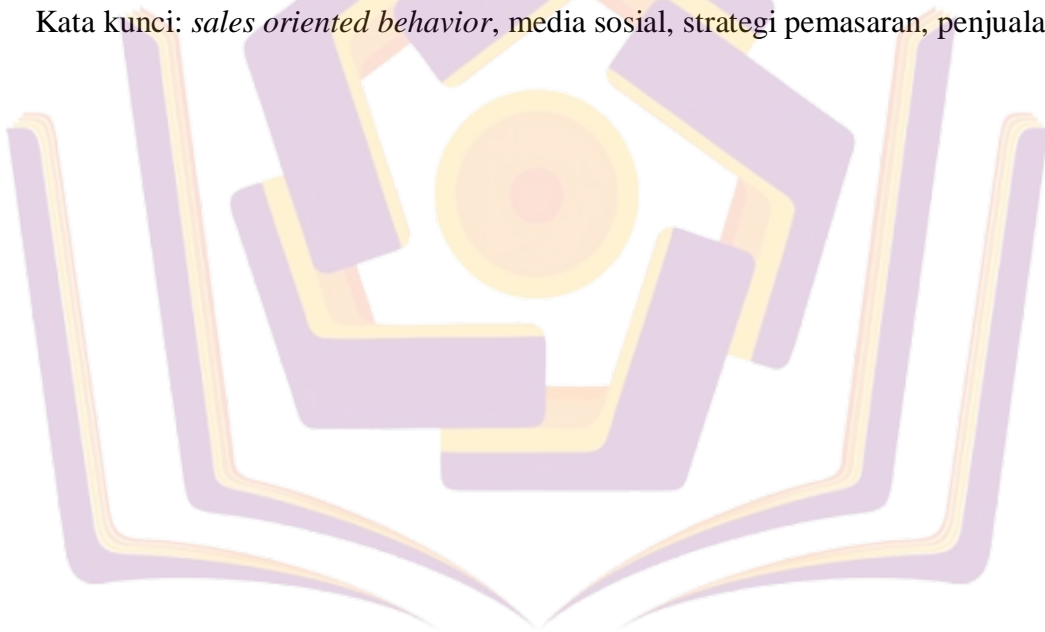


ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sales oriented behavior*, media sosial, dan strategi pemasaran terhadap penjualan menggunakan aplikasi GrabFood pada UMKM kuliner di wilayah Purwokerto Utara. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM Kuliner di Purwokerto Utara yang berjualan menggunakan media GrabFood, yaitu sebanyak 56 UMKM. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil pengujian pada hasil pengujian menunjukkan bahwa *Sales oriented behavior* berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Strategi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap penjualan.

Kata kunci: *sales oriented behavior*, media sosial, strategi pemasaran, penjualan.



ABSTRACT

This research is a quantitative study which aims to determine the influence of sales oriented behavior, social media, and marketing strategies on sales using the GrabFood application in culinary in the North Purwokerto area. The sample used in this research was Culinary in North Purwokerto who sell using GrabFood media, namely 56. Data was collected through distributing questionnaires directly. The data analysis techniques used are validity testing, reliability testing, coefficient of determination testing, and hypothesis testing. The test results show that sales oriented behavior has a significant effect on sales. Social Media has a significant effect on sales. Marketing strategy has significant effect on sales.

Keywords: sales oriented behavior, social media, marketing strategy, sales

