

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran sosial media dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang pernah melakukan pembelian di outlet The Jakmania baik *online* ataupun *offline* yang berada di Jabodetabek. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 135 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini, menggunakan kuesioner penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* dengan uji kualitas data yaitu uji validitas dan uji hipotesis menggunakan analisis model persamaan (SEM) dengan software SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pemasaran sosial media dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di outlet The Jakmania. Hal ini terbukti dari hasil uji validitas dan uji hipotesis yang menunjukkan nilai signifikan dari dua variabel bebas yang mendukung hipotesis.

Kata kunci : pemasaran sosial media, kualitas produk, keputusan pembelian, outlet the jakmania



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the effect of social media marketing and product quality on purchasing decisions. The population in this research is consumers or customers who have made purchases at The Jakmania outlet both of online and offline in Jabodetabek. The sample used is as many as 135 respondents using a quantitative descriptive approach. The method of data collection in this research, using a research questionnaire. method of data analysis used is Partial Least Square (PLS) with data quality test, namely validity test and hypothesis test using equation model analysis Structural Equation Modelling (SEM) with SmartPLS 3.0 software.*

*The results of this research prove that social media marketing and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions at The Jakmania outlets. It has been evidenced from the results of the validity test and hypothesis testing which shows a significant value of the two independent variables that support the hypothesis.*

*Keywords: social media marketing, product quality, purchasing decisions, the Jakmania outlets.*

