

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh Media ocial *Instagram* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* pada *Followers Instagram* Tangankitaa.id. metode pengumpulan data melalui survey dan mengedarkan kuesioner, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan toko bunga Tangankitaa.id dengan populasi 78 orang. Metode analisis yang digunakan adalah *Structtural Equation Modeling* (SEM) menggunakan *SmartPLS* .

Hasil penelitian yang didapatkan dimana terdapat pengaruh positif dan signifikan Media Sosial *Instgaram* terhadap Kepuasan Pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Media Sosial *Instagram* terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian. Tidak adanya pengaruh yang signifikan Media Sosial *Instagram* terhadap kepuasan pelanggan melalui Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Media Sosial *Instagram*, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan