

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk, Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli baju pada Butik Nining Collection pada tahun 2022/2024 sebanyak 3.141 pembelian.

Hasil penelitian ini yaitu (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Butik Nining Collection. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Media Sosial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Butik Nining Collection. (3) Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Butik Nining Collection. (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Nining Collection. (5) Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Nining Collection. (6) Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Nining Collection. (7) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Nining Collection. (8) Terdapat Pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. (9) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara media sosial dan keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. (10) Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: kualitas produk, media sosial, citra merek, keputusan pembelian, dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to test how much influence product quality, social media and brand image have on purchasing decisions with customer satisfaction as an intervening variable. The sample in this study consisted of 100 respondents. The population in this research is 3,141 customers who purchased clothes at the Nining Collection Boutique in 2022/2024.

The results of this research are (1) There is a positive and significant influence between Product Quality on Customer Satisfaction at the Nining Collection Boutique. (2) There is a positive and significant influence between Social Media on Customer Satisfaction at the Nining Collection Boutique. (3) There is a negative and negative influence There is a significant relationship between Brand Image and Customer Satisfaction at the Nining Collection Boutique. (4) There is a positive and significant influence between Product Quality on Purchasing Decisions at the Nining Collection Boutique. (5) There is a negative and insignificant influence between Social Media on Decisions. Purchasing at the Nining Collection Boutique. (6) There is a negative and insignificant influence between Brand Image on Purchasing Decisions at the Nining Collection Boutique. (7) There is a positive and significant influence between Customer Satisfaction on Purchasing Decisions at the Nining Collection Boutique. (8) There is a positive and significant influence between product quality on purchasing decisions through customer satisfaction as an intervening variable (9) There is a positive and significant influence between social media and purchasing decisions through customer satisfaction as an intervening variable. (10) There is a negative and insignificant influence between brand image on purchasing decisions through customer satisfaction as an intervening variable.

Keywords: *product quality, social media, brand image, purchasing decisions, and customer satisfaction.*