

ABSTRAK

AIRSYI AIRSYILLAH. Pengaruh Kualitas Layanan, *Social Media Marketing* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla Di Jakarta Selatan. Di bawah bimbingan Dr. Yayat Sujatna, SE., M.Si

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah kualitas layanan, *social media marketing* dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dimana pada penelitian ini dapat diketahui dari kualitas layanan (X1), *social media marketing* (X2), harga (X3) (*Independen Variable*) tersebut dapat mempengaruhi untuk keputusan pembelian (Y) (*Dependen Variable*) pada produk Dessert Box Bittersweet By Najla. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan objek penelitian yaitu Konsumen Bittersweet By Najla yang berdomisili di Jakarta Selatan, dan pernah mengkonsumsi *Dessert Box* Bittersweet By Najla setidaknya 1x konsumsi dan subjeknya adalah produk *Dessert Box* Bittersweet By Najla. Penelitian berlangsung selama 5 Bulan dari bulan Maret – Agustus 2023. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada kualitas layanan t_{hitung} sebesar 5.853 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui $t_{hitung} (5.853) > t_{tabel} (1,985)$ sehingga dapat disimpulkan H_1 diterima dan H_0 ditolak yang artinya kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan pada *social media marketing* diketahui t_{hitung} sebesar 2,196 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui $t_{hitung} (2,196) > t_{tabel} (1,985)$ sehingga dapat disimpulkan H_1 diterima dan H_0 ditolak yang artinya *social media marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada harga diketahui nilai t_{hitung} sebesar 1,553 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985 maka diketahui $t_{hitung} (1,553) < t_{tabel} (1,985)$ sehingga dapat disimpulkan H_1 ditolak dan H_0 diterima, yang artinya harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil Uji F dapat diketahui sebesar 195.937 sedangkan nilai F tabel 2,70 maka dapat diketahui nilai F hitung $195.937 > F$ tabel 2,70 dengan tingkat signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, *social media marketing*, dan harga secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dessert box Bittersweet By Najla

Kata kunci : Kualitas Layanan, *Social Media Marketing*, Harga