

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN KUALITAS
PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CHEST
FREEZER PADA PT ROYAL SUTAN
AGUNG

ABSTRAK

DEWI ERVINNA
203311012013

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada PT. Royal Sutan Agung, Medan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 78 konsumen dari PT. Royal Sutan Agung, Medan. Teknik sampel yang digunakan adalah menggunakan *convenience sampling method*. Lokasi penelitian berada pada PT. Royal Sutan Agung, Medan. Teknik pengumpulan data digunakan dengan menggunakan kuesioner yang disebar yang terlebih dahulu sudah diuji validitas dan reliabilitas. Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis jalur. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung antara *social media marketing* terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen dan pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada PT. Royal Sutan Agung, Medan.

Kata kunci : ***social media marketing*, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, keputusan pembelian.**