

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten marketing, influencer, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa Kokoina Garage. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa Kokoina Garage. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kokoina Garage dalam kurun waktu tiga bulan terakhir dengan jumlah 60 orang, sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan program statistik. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji melalui uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel konten marketing, influencer, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa Kokoina Garage. Secara parsial masing-masing variabel juga memberikan pengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebagian besar variasi keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi konten marketing yang menarik, pemanfaatan influencer yang tepat, serta peningkatan kualitas pelayanan dapat mendorong konsumen untuk memilih jasa Kokoina Garage.

Kata Kunci: *Konten Marketing, Influencer, Kualitas Pelayanan, Keputusan Konsumen.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of content marketing, influencers, and service quality on consumer decisions in choosing the services of Kokoina Garage. This research applied a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to consumers who had previously used the services of Kokoina Garage. The population of this study consisted of all Kokoina Garage consumers within the last three months, totaling 60 respondents, therefore the sampling technique used was saturated sampling. The collected data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of statistical software. Prior to hypothesis testing, the data were examined through validity and reliability tests as well as classical assumption tests including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests. The findings reveal that content marketing, influencers, and service quality simultaneously have a significant influence on consumer decisions in choosing Kokoina Garage services. Partially, each variable also shows a positive contribution to consumer decisions. The coefficient of determination indicates that most of the variation in consumer decisions can be explained by these three variables, while the remaining portion is influenced by other factors outside the research model. These findings suggest that attractive content marketing strategies, the effective use of influencers, and improved service quality can encourage consumers to choose the services of Kokoina Garage.

Keywords: *Content Marketing, Influencer, Service Quality, Consumer Decision.*