

ABSTRAK

Windy Ferba Vahlevi. 2024. Pengaruh Sosial Media, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Es Teh Indonesia di Wilayah Kota Madiun. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing I : Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M. Pembimbing II : Metikasmike, S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini untuk memberikan bukti empiris mengenai Pengaruh Sosial Media, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Es Teh Indonesia di Wilayah Kota Madiun. Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 180 responden. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan penyebaran melalui *google form*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan alat uji berupa software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian membuktikan bahwa Sosial Media berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Es Teh Indonesia di Wilayah Kota Madiun, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Es Teh Indonesia di Wilayah Kota Madiun, dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Es Teh Indonesia di Wilayah Kota Madiun.

Kata Kunci : Sosial Media, Citra Merek, dan Kualitas Produk

ABSTRACT

Windy Ferba Vahlevi. 2024. *The Influence of Social Media, Brand Image, and Product Quality towards Consumer Purchasing Decisions on Es Teh Indonesia in the Madiun City Area*. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, PGRI Madiun University. Supervisor I : Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M. Supervisor II : Metikasmike, S.E., M.M.

The aim of this study was to provide empirical evidence regarding the Influence of Social Media, Brand Image, and Product Quality towards Consumer Purchasing Decisions on Es Teh Indonesia in the Madiun City Area. This type of research was descriptive with a quantitative approach. The sample in this study amounted to 180 respondents. The sampling method is used the purposive sampling. Data collection in this study used a questionnaire distributed via Google Form. The data analysis technique in this study used a test tool in the form of SmartPLS 4.0 software. The result of the study prove that Social Media has a positive and significant effect towards Consumer Purchasing Decisions on Es Teh Indonesia in the Madiun City Area, Brand Image has a positive and significant effect towards Consumer Purchasing Decisions on Es Teh Indonesia in the Madiun City Area, and Product Quality has a positive and significant effect on Consumer Purchasing Decisions towards Es Teh Indonesia in the Madiun City Area.

Keywords : *Social Media, Brand Image, and Product Quality.*