

ABSTRACT

VANESSA

030112100093

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING, TRUST, AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER PURCHASE DECISION FOR HONDA ESAF AT PT INDAKO TRADING COY- PEMUDA BRANCH, MEDAN

(xv, 87 pages; 16 figures; 55 tables; 6 appendixes)

PT. Indako Trading Coy - Pemuda Branch, Medan experienced a decline in purchase decision for Honda eSAF that can be seen from the sales data this was suspected due to social media marketing, trust, and product quality. The aim of this research is to analyze whether social media marketing, trust, and product quality have partial and simultaneous influence on customer purchase decision for Honda eSAF.

Social media marketing, trust, and product quality have an important role in shaping purchase decision. social media marketing, trust, and product quality are highly connected with customers purchase decision and sales.

In this research, the writer used quantitative research design and IBM SPSS statistics version 26. The writer used descriptive and causal approach. The sampling technique used was simple random sampling. The sample size was 130 respondents for Honda eSAF.

This research also passed the validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression test and the equation is $Y = 8.304 + 0.101 X_1 + 0.218 X_2 + 0.213 X_3$. The results of hypothesis test showed that social media marketing, trust, and product quality have an influence on customer purchase decision at either partial or simultaneous. Furthermore, social media marketing, trust, and product quality have 43,1% influence on customer purchase decision.

Recommendations for company include can use a language style using several symbols and utilizing hashtag, providing a 5-10 year warranty and eSAF frame is made of materials such as aluminum which is prone to corrosion.

Keywords: Social Media Marketing, Trust, Product Quality, Customer Purchase Decision

References: 75 (2019-2024)

ABSTRAK

VANESSA

030112100093

PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL, KEPERCAYAAN, DAN

KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

KONSUMEN HONDA ESAF DI PT INDAKO TRADING

G COY- PEMUDA CABANG, MEDAN

(xv, 87 halaman; 16 gambar; 55 tabel; 6 lampiran)

PT. Indako Trading Coy - Cabang Pemuda, Medan mengalami penurunan keputusan pembelian terhadap Honda eSAF yang dapat dilihat dari data penjualan, hal ini diduga karena pemasaran media sosial, kepercayaan, dan kualitas produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah pemasaran media sosial, kepercayaan, dan kualitas produk berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Honda eSAF.

Pemasaran media sosial, kepercayaan, dan kualitas produk memiliki peran penting dalam membentuk keputusan pembelian. pemasaran media sosial, kepercayaan, dan kualitas produk sangat berhubungan dengan keputusan pembelian dan penjualan pelanggan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain penelitian kuantitatif dan IBM SPSS statistik versi 26. Penulis menggunakan pendekatan deskriptif dan kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling. Jumlah sampel sebanyak 130 responden untuk Honda eSAF.

Penelitian ini juga telah lolos uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda dan diperoleh persamaan $Y = 8,304 + 0,101 X_1 + 0,218 X_2 + 0,213 X_3$.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pemasaran media sosial, kepercayaan, dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Lebih lanjut, pemasaran media sosial, kepercayaan, dan kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 43,1% terhadap keputusan pembelian pelanggan.

Rekomendasi untuk perusahaan antara lain dapat menggunakan gaya bahasa dengan menggunakan beberapa simbol dan memanfaatkan hashtag, memberikan garansi 5-10 tahun dan rangka eSAF terbuat dari bahan seperti aluminium yang rentan terhadap korosi.

Kata kunci: Pemasaran Media Sosial, Kepercayaan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Konsumen

Referensi 75 (2019-2024)