

***THE INFLUENCE OF SOSMED CONTENT, CUSTOMER EXPERIENCE
AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS IN SUASANA***

KOPI

BY Nur Ramadhan Sukmo Aji

Abstract

This study uses quantitative methods with the aim of proving the influence of Social Media Content, Customer experience, and product quality both directly and indirectly on Coffee Purchase Decisions. This study used 120 respondents from visitors who had come and ordered coffee as primary data, and secondary data researchers obtained through various references related to research. Data were collected using purposive sampling technique and analyzed using descriptive and inferential analysis techniques with the help of SmartPLS software. So that data processing obtains the results that (1) Social Media Content has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, (2) Customer Experience has a positive and significant effect on Purchase Decisions, (3) Product quality has a positive and significant effect on Purchase Decisions, 4) Social Media Content , Customer Experience, and Product Quality simultaneously have a positive effect on Purchasing Decisions.

***Keywords: Social Media Content, Customer Experience, Product Quality, and
Purchase Decisions.***

PENGARUH KONTEN SOSMED, CUSTOMER EXPERIENCE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SUASANA KOPI

Oleh Nur Ramadhan Sukmo Aji

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk membuktikan adanya pengaruh Konten Sosmed, Customer experience, dan Kualitas produk baik secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian kopi. Penelitian ini menggunakan 120 responden dari Pengunjung yang pernah datang dan memesan di suasana kopi sebagai data primer, dan data sekunder peneliti peroleh melalui berbagai referensi yang berhubungan dengan penelitian. Pengambilan data menggunakan teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Sehingga pengolahan data memperoleh hasil bahwa (1) Konten Sosmed berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Customer Experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (3) Kualitas produk Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 4) Konten Sosmed, Customer Experience, dan Kualitas Produk secara simultan atau bersamaan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Konten sosmed, Customer Experience, Kualitas Produk, , dan Keputusan Pembelian.*