

Pengaruh *Social Media Instagram*, Kualitas Layanan dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Kemenady Coffee*

By Alisa Putri Nurita Sari

Abstaract

The aim of this research was to examine the way social media marketing, service quality, and brand awareness influence consumer purchasing decisions in Kemenady Coffee in Central Bogor. Such study operated primary data for its analysis. A quantitative method was applied, targeting consumers who have made a purchase at Kemenady Coffee at least once. Using a purposive sampling strategy, it overall sample size consisted of 100 respondents. Structural Equation Modeling with SmartPLS software was used to analyze the data. According to the study's findings, social media marketing and service quality are significantly impact on purchasing decisions, while brand awareness has no significant effect. Overall, the results show that effective social media marketing and strong service quality are essential in improving consumer purchasing decisions at Kemenady Coffee, but Kemenady coffee should also design more effective marketing strategies and focus on brand awareness to improve purchasing decisions.

Keywords: *Social Media, Kualitas Layanan, Brand Awareness, Instagram, Coffee Shop*

**Pengaruh *Social Media Instagram*, Kualitas Layanan dan *Brand Awareness*
Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Kemenady Coffee***

Oleh Alisa Putri Nurita Sari

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana pemasaran media sosial, layanan pelanggan, dan *brand awareness* *Kemenady Coffee* di Bogor Tengah mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli. Analisis dalam penelitian ini didasarkan pada data primer. Pendekatan kuantitatif diterapkan dengan melibatkan konsumen yang telah melakukan pembelian di *Kemenady Coffee* setidaknya satu kali. Melalui metode *purposive sampling*, penelitian ini melibatkan total 100 responden sebagai sampel. Analisis data dilakukan menggunakan metode SEM yang diolah dengan perangkat lunak *SmartPLS*. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan Kesadaran merek tidak memiliki dampak yang nyata terhadap keputusan pembelian konsumen, tetapi pemasaran media sosial memiliki dampak yang nyata. Secara umum, hasil-hasil ini menekankan pentingnya pemasaran media sosial yang efektif dan layanan berkualitas dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen di *Kemenady Coffee*. Namun, *Kemenady Coffee* juga perlu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terfokus pada peningkatan *brand awareness* untuk mendorong keputusan pembelian yang lebih tinggi.

Kata Kunci: *Social Media*, Kualitas Layanan, *Brand Awareness*, *Instagram*, *Coffee Shop*