

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, BRAND
IMAGE, DAN SOCIAL MEDIA MARKETING*
TERHADAP *PURCHASE DECISION***
(Survei Pada Konsumen Bittersweet by Najla di DIY)

ANUGRAH RIZKI FEBRIYANTI
NIM. 141170099

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

23arfebriyanti@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *product quality, service quality, brand image, dan social media marketing* terhadap *purchase decision* pada Bittersweet by Najla di DIY. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bittersweet by Najla di DIY. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 100 responden dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Linier Berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: 1) *Product quality, service quality, brand image, dan social media marketing* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada Bittersweet by Najla di DIY, 2) *Product quality* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *purchase decision* pada Bittersweet by Najla di DIY, 3) *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada Bittersweet by Najla di DIY, 4) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada Bittersweet by Najla di DIY, 5) *Social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada Bittersweet by Najla di DIY.

Kata Kunci: *Product Quality, Service Quality, Brand Image, Social Media Marketing dan Purchase Decision*