

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi Oleh Ulasan Online Pelanggan. Fenomena yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah perkembangan internet yang begitu marak dan pesat yang menyebabkan perusahaan harus menyesuaikan promosinya, kualitas pelayanannya dan memperhatikan ulasan daring dari konsumen. Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: Pemasaran Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Ulasan Online Pelanggan mampu memoderasi pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian secara positif dan signifikan, Ulasan Online Pelanggan mampu memoderasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian secara positif dan signifikan.

Kata Kunci: Pemasaran Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Ulasan Online Pelanggan