

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, FASILITAS, DAN KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. MARROY GRAFIS

ROGER BAGILIS

20042042

Dibimbing oleh:

Teddy Tandaju, S.E., M.B.A. (Adv.) & Rafael H. Y. Sengkey, S.S., M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, fasilitas, dan komunikasi pemasaran media sosial terhadap keputusan pembelian pada CV. Marroy Grafis. Fenomena menurunnya transaksi di perusahaan ini mendorong penulis untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif menggunakan data primer dan sekunder, dengan bantuan sistem SPSS 29 untuk analisis data. Populasi penelitian terdiri dari jumlah transaksi dalam enam bulan terakhir (September 2023 – Februari 2024), dan sampel ditentukan sebanyak 92 orang menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai T-hitung sebesar 3,019 ($T\text{-hitung} > T\text{-tabel} = 1,662354$) dan signifikansi 0,003 ($p < 0,05$). Sebaliknya, fasilitas dan komunikasi pemasaran media sosial tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, dengan nilai T-hitung masing-masing -0,296 ($p = 0,768$) dan 1,144 ($p = 0,256$). Namun, secara simultan, kualitas produk, fasilitas, dan komunikasi pemasaran media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi CV. Marroy Grafis untuk mengembangkan strategi pemasaran dan meningkatkan keputusan pembelian pelanggan, serta memberikan ide untuk penelitian lebih lanjut dalam konteks UMKM di kota Luwuk.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Fasilitas, Komunikasi Pemasaran Media Sosial, Keputusan Pembelian, CV. Marroy Grafis

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, FACILITIES, AND SOCIAL MEDIA MARKETING COMMUNICATION ON PURCHASE DECISIONS AT CV. MARROY GRAFIS

ROGER BAGILIS

20042042

Supervised by:

Teddy Tandaju, S.E., M.B.A. (Adv.) & Rafael H. Y. Sengkey, S.S., M.Pd.

This study aimed to analyze the influence of product quality, facilities, and social media marketing communication on purchase decisions at CV. Marroy Grafis. The phenomenon of declining transactions in this company prompted this exploration of factors influencing customer purchase decisions. This quantitative research utilized primary and secondary data, employing SPSS 29 for data analysis. The population consisted of transactions over the past six months (September 2023 – February 2024), with a sample size of 92 determined using Slovin's formula.

The results indicated that product quality had a significant partial influence on purchase decisions, with a T-value of 3.019 ($T\text{-value} > T\text{-table} = 1.662354$) and a significance level of 0.003 ($p < 0.05$). Conversely, facilities and social media marketing communication did not have a significant partial influence on purchase decisions, with T-values of -0.296 ($p = 0.768$) and 1.144 ($p = 0.256$). However, simultaneously, product quality, facilities, and social media marketing communication influenced the purchase decisions. This research provides insights for CV. Marroy Grafis to develop marketing strategies and enhance customer purchase decisions. It also offers avenues for further research within the context of MSMEs in Luwuk City.

Keywords: Product Quality, Facilities, Social Media Marketing Communication, Purchase Decisions, CV. Marroy Grafis

This translation has been checked and proven accurate.



Rafael H. Y. Sengkey, S.S., M.Pd.

*Head of Language Development Office Universitas Katolik De La Salle
Manado*