

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO ELDRA PRATAMA MELALUI MINAT SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

ABSTRAK

Abstract: *The purpose of this study is to determine the influence of social media marketing, product quality on purchasing decisions through interest as an Intervening in eldra pratama stores. This study used validity tests, reliability tests, multiple linear regression tests and hypothesis tests both partial and simultaneous with the help of the SPSS version 22. A sample of 122 respondents was taken. The study used a quantitative approach with purposive sampling techniques. Data collection was done by distributing questionnaires using the Likert scale to measure each statement. The results showed that there was a positive and significant influence between social media marketing, product quality and purchasing decisions through interest as an intervention in the eldra pratama store.*

Keywords: *social media marketing, kualitas produk, keputusan pembelian, minat*

Abstrak: *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh social media marketing, kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat sebagai Intervening di toko eldra pratama. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis baik parsial maupun simultan dengan bantuan program SPSS versi 22. Sampel diambil sebanyak 122 responden. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur setiap pernyataan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara social media marketing, kualitas produk dan keputusan pembelian melalui minat sebagai intervensi di toko eldra pratama.*

Kata kunci: *social media marketing, kualitas produk, keputusan pembelian, minat*