

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA COFFEE ‘N’ OVEN SHOP DI CANGGU

Abstrak

Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang makanan yang dikenal dengan istilah kuliner. Persaingan yang semakin ketat ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi kualitas produk dan pelayanan beraneka ragam. Para pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan *social media marketing* Instagram terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada Coffee ‘N’ Oven Shop di Canggu

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja pada Coffee ‘N’ Oven Shop di Canggu dengan jumlah populasi belum diketahui. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 responden dengan menggunakan teknik non probability sampling. Pengumpulan data menggunakan dokumentasi, wawancara, observasi dan kuesioner. teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang dan (3) *social media marketing* Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi peneliti-peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian dengan obyek yang sama serta penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sebagai bahan masukan bagi pemilik Coffee ‘N’ Oven Shop di Canggu dalam melakukan penjualan produknya agar meningkatkan minat beli konsumen terutama pada minat membeli ulang oleh konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Social Media Marketing* Instagram dan Keputusan Pembelian Ulang