

PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA STARBUCKS COFFEE DI DENPASAR

ABSTRAK

Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Banyak faktor yang harus diperhatikan agar minat beli konsumen, seperti promosi media sosial, citra merek, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi media sosial, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Starbucks Coffee di Denpasar. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data dan informasi yang terjadi pada tempat penelitian dengan menggunakan teori sebagai dasar dalam eksplorasi di lapangan atau pada saat penelitian dilaksanakan.

Penelitian ini dilakukan pada Starbucks Coffee Cabang Gatsu Barat yang beralamat di Jalan Gatot Subroto No. 346, Dauh Puri Kaja, Kec. Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali 80233. Dengan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Starbucks Coffee di Denpasar tepatnya konsumen pada Starbucks Coffee Cabang Gatsu Barat, yang jumlahnya belum diketahui dengan pasti. Dan sampel penelitian ini sebanyak 170 responden menggunakan metode nonprobability sampling dan teknik Purposive sampling. Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolonieritas. Sedangkan uji hipotesis menggunakan uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien Determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa promosi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Saran bagi penelitian selanjutnya, diharapkan untuk menggunakan variabel lain yang dapat meningkatkan minat beli, misalnya gaya hidup dan pendapatan.

Kata Kunci : Promosi Media Sosial, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Minat Beli

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA STARBUCKS COFFEE DI DENPASAR**

ABSTRACT

Purchase intention is something related to consumer plans to buy certain products, as well as how many units of the product are needed in a certain period. There are many factors that must be considered for consumer buying interest, such as social media promotions, brand image, and service quality. This research was conducted to find out how the influence of social media promotion, brand image, and service quality on consumer buying interest at Starbucks coffee in Denpasar. The type of research used is quantitative research, where in this study the researcher collects data and information that occurs at the research site using theory as a basis for exploration in the field or when the research is carried out.

This research was conducted at Starbucks Coffee West Gatsu Branch which is located at Jalan Gatot Subroto No. 346, Dauh Puri Kaja, Kec. North Denpasar, Denpasar City, Bali 80233. The population in this study is Starbucks Coffee consumers in Denpasar, to be precise consumers at Starbucks Coffee West Gatsu Branch, whose number is not known with certainty. And the sample of this study was 170 respondents using the nonprobability sampling method and purposive sampling technique. The data collection method was carried out using a questionnaire. Data analysis techniques using the classical assumption test include the normality test, heteroscedasticity test, and multicollinearity test. While testing the hypothesis using multiple linear regression test, t test, F test and the coefficient of determination (R^2).

The results of this study indicate that social media promotion has a positive and significant effect on consumer purchase intention, brand image has a positive and significant effect on consumer purchase intention, and service quality has a positive and significant effect on consumer purchase intention. Suggestions for further research are expected to use other variables that can increase buying interest, for example lifestyle and income.

Keywords: Social Media Promotion, Brand Image, Service Quality, Purchase Intention