

ABSTRAK

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR LISTRIK GESITS PADA DEALER PT. GESITS BALI PRATAMA

Oleh

Haydee Raissa Haribowo

NIM: 1720040

Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

Di era globalisasi dan digitalisasi, persaingan merek dan strategi pemasaran perusahaan semakin ketat. Oleh karena itu, konsumen harus mempertimbangkan banyak pertimbangan ketika mengambil keputusan pembelian. Peneliti memperoleh permasalahan pada PT. Gesits Motor Nusantara sebagai perusahaan motor listrik yang bergerak dalam tiga kegiatan yaitu penjualan, dan perbaikan yang berlokasi pada wilayah Jakarta. Peneliti ditujukan untuk mengetahui penyebab turunnya penjualan motor listrik Gesits pada tahun 2022 ke tahun 2023 pada Dealer PT. Gesits Bali Pratama. Serta mencari hubungan yang signifikan antara variable konstruknya yaitu Social Media Marketing Instagram dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian motor listrik Gesits pada Dealer PT. Gesits Bali Pratama. Dalam penelitian ini, perumusan hipotesis menggunakan analisis deskriptif non-parametric dengan melakukan analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) – *Partial Least Square* (PLS). Penarikan sampel pada penelitian ini dengan cara *non-probability sampling* dan menggunakan teknik purposive sampling.

Kata kunci: Pemasaran, social media marketing, citra merek, keputusan pembelian, Analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) - *Partial Least Square* (PLS).