

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini telah merambah ke berbagai aspek kehidupan, termasuk layanan *streaming*. Pada era digital seperti ini, teknologi dan internet sangat membantu masyarakat dalam mengakses berbagai informasi dan hiburan. Dampak dari era digitalisasi ini juga terasa dalam bidang pemasaran, di mana pemasaran melalui media sosial memainkan peran penting. Salah satu *platform* layanan *streaming* yang cukup banyak digunakan di Indonesia adalah Vidio. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *social media marketing* Instagram @vidiosports dan *online customer review* terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pengguna layanan *streaming* Vidio.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden melalui *Google Form* yang merupakan pengikut akun Instagram @vidiosports dan telah melakukan pembelian produk yang dipromosikan. Analisis menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan software SmartPLS 3.2.9.

Hasil penelitian ini adalah *social media marketing* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *online customer review* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *social media marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, *online customer review* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, keputusan pembelian berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *social media marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian, *online customer review* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. Saran yang dapat diberikan kepada Vidio untuk dapat meningkatkan pemasaran media sosial Instagram @vidiosports dengan menarik dan konsisten dalam mendapatkan ulasan pelanggan *online* yang baik. Dengan memperhatikan kedua aspek tersebut, diharapkan Vidio dapat memenuhi kepuasan pelanggannya, sehingga dari kepuasan tersebut konsumen bisa dengan mudah untuk melakukan proses keputusan pembelian layanan *streaming* dari produk Vidio.

Kata Kunci: *social media marketing*, *online customer review*, kepuasan pelanggan, keputusan pembelian, instagram @vidiosports