

ABSTRAK

Ihsan Fauzan, NIM. 3402180469. “Pengaruh *Content Marketing* dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen *Overtime Coffee*)”. Dibawah bimbingan Bapak Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing1) dan H. Iwan Setiawan, S.E., M.M (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Content Marketing* dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen *Overtime Coffee*). Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini meliputi: a] Bagaimana pengaruh *Content Marketing* terhadap keputusan pembelian pada konsumen *Overtime Coffee*. b] Bagaimana pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen *Overtime Coffee*. c] Bagaimana pengaruh *Content Marketing* dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen *Overtime Coffee*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis product moment, koefisien determinasi, regresi linear sederhana, koefisien korelasi berganda, regresi linear berganda dan pengujian hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Content Marketing* dan Kualitas Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Keywords: *Content marketing*, kualitas informasi, keputusan pembelian