

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kemenarikan Posting Message, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Pakaian Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pengguna Media Sosial Instagram di Tulungagung)” ini ditulis oleh Devana Dea Anggel Firanda NIM 12402173243 dengan pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Penelitian ini dilatarbelakangi pada era globalisasi saat ini berbelanja online sangat diminati masyarakat dengan segala kemudahan yang ditawarkan. Dari banyaknya produk dan media social yang ditawarkan pada fitur belanja online, produk pakaian dan media social Instagram memiliki daya tarik yang tinggi. Untuk itu dibutuhkan kemenarikan posting message, kepercayaan dan harga yang baik demi menarik masyarakat agar peminat belanja online produk pakaian semakin meningkat.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mengetahui pengaruh kemenarikan posting message terhadap keputusan pembelian online produk pakaian melalui media social instagram. 2) Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian online produk pakaian melalui media social instagram. 3) Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian online produk pakaian melalui media social instagram. 4) Mengetahui apakah kemenarikan posting message, kepercayaan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian online produk pakaian melalui media social instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan media social dan yang pernah membeli produk pakaian melalui media social instagram di Tulungagung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yang ditetapkan. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) kemenarikan posting message berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online produk pakaian melalui media social instagram. 2) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online produk pakaian melalui media social instagram. 3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online produk pakaian melalui media social instagram. 4) kemenarikan posting message, kepercayaan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara online produk pakaian melalui media social instagram.

Kata Kunci : Kemenarikan Posting Message, Kepercayaan, Harga, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The thesis with the title "The Effect of Attractiveness to Posting Messages, Trust and Prices on Online Purchase Decisions for Clothing Products Through Instagram Social Media (A Case Study of Instagram Social Media Users in Tulungagung)" was written by Devana Dea Anggel Firanda NIM 12402173243 Advisor Dr. Muhammad Aswad, M.A.

This research is motivated by the current era of globalization, online shopping is in great demand by the public with all the conveniences it offers. Of the many products and social media offered in the online shopping feature, clothing products and social media Instagram have high appeal. For this reason, it takes attractiveness to post messages, trust and good prices to attract people so that online shopping for clothing products is increasing.

The purposes of this study are 1) To determine the effect of the attractiveness of posting messages on online purchasing decisions for clothing products through social media Instagram. 2) Knowing the influence of trust on online purchasing decisions for clothing products through social media Instagram. 3) Knowing the effect of price on online purchasing decisions for clothing products through social media Instagram. 4) Knowing whether the attractiveness of posting messages, trust, and price together affects online purchasing decisions for clothing products through Instagram social media.

This research uses an associative quantitative approach. The population in this study are all consumers who use social media and who have purchased clothing products through Instagram social media in Tulungagung. The sampling technique used purposive sampling with several established criteria. Data were collected using a questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression analysis.

The results showed that 1) the attractiveness of posting messages had a positive and significant effect on online purchasing decisions for clothing products through social media Instagram. 2) trust has a positive and significant effect on online purchasing decisions for clothing products through social media Instagram. 3) price has a positive and significant effect on online purchasing decisions for clothing products through social media Instagram. 4) the attractiveness of posting messages, trust, and price together have a positive and significant effect on online purchasing decisions for clothing products through social media Instagram.

Keywords: Attractiveness of Posting Message, Trust, Price, and Purchase Decision