

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Kontribusi Konten *Post* Instagram dan Harga Kompetitif Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Akun Instagram Kd.Hijab Tulungagung” ini ditulis oleh Khuril Puspitasari dengan nomor induk mahasiswa (NIM) 1742143138 jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI), IAIN Tulungagung dengan pembimbing oleh Dr. Agus Eko Sujianto, SE., M.M.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan mu'amalah dalam bidang ekonomi yaitu transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik. Aktivitas perdagangan melalui media internet populer disebut dengan *electronic commerce* atau *e-commerce*. Khususnya penjualan melalui media sosial instagram merupakan salah satu media yang kerap digunakan dalam aktivitas jual beli atau upaya mengenalkan produk kepada konsumen.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah kontribusi konten *post* instagram berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab Tulungagung. (2) Apakah kontribusi harga kompetitif berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab Tulungagung. (3) Apakah secara *simultan* antara konten *post* instagram dan harga kompetitif berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab Tulungagung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan data menggunakan angket atau kuesioner secara langsung dan melalui media *online* menggunakan google form. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen atau *followers* akun instagram Kd.Hijab Tulungagung. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert. Tahap selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji kualitas data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, serta uji hipotesis.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh signifikan kontribusi konten *post* instagram terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab Tulungagung. (2) Terdapat pengaruh signifikan kontribusi harga kompetitif terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab Tulungagung. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa (3) Terdapat pengaruh secara *simultan* antara konten *post* instagram dan harga kompetitif terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab Tulungagung. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,333. Menunjukkan bahwa 33,3% variasi dari minat beli konsumen bisa dijelaskan oleh variasi dari konten *post* instagram dan harga kompetitif. Sedangkan sisanya 66,7% dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Konten post instagram, Harga kompetitif dan Minat beli konsumen.*

ABSTRACT

Thesis entitled "Content Contribution of Post Instagram and Competitive Price to Consumer Buying Interest Using Instagram Account Kd.Hijab Tulungagung" written by Khuril Puspitasari with student parent number NIM) 1742143138 majoring in Sharia Economics, Faculty of Islamic Business Economics (FEBI), IAIN Tulungagung with mentor by Dr. Agus Eko Sujianto, SE., M.M.

This research is based on the development of mu'amal in economy, namely buying and selling transaction using electronic media. Trading activity through popular internet media is called electronic commerce or e-commerce. Especially sales through media instagram sosia is one of the media that is often used in buying and selling activities or efforts to introduce products to consumers.

The formulation of the problem in this research are: (1) Is the contribution of post instagram content significantly influence to consumer buying interest using instagram account of Tulungagung Kd.Hijab. (2) Is the contribution of competitive price have significant effect to consumer buying interest using account instagram Kd.Hijab Tulungagung. (3) Is simultaneously between instagram post content and competitive price have significant effect to consumer buying interest using instagram account of Tulungagung Kd.Hijab. This study uses a quantitative approach. Techniques of data collection using questionnaires or questionnaires directly and through online media using google form. Sampling technique using simple random sampling, the number of samples used in this study as many as 100 respondents who are consumers or followers account instagram Kd.Hijab Tulungagung. Measurement scale used is likert scale. The next stage, the questionnaire data is analyzed by multiple linear regression that serves to prove the research hypothesis. The data that have met the data quality test are the validity and reliability test, the classical assumption test, multiple linear regression test, and hypothesis test.

Hypothesis testing using t test showed that (1) There is significant influence of post instagram content contribution to consumer buying interest using instagram account of Tulungagung Kd.Hijab. (2) There is significant influence of competitive price contribution to consumer buying interest using instagram account of Tulungagung Kd.Hijab. Then through the F test can be known that (3) There is influence simultaneously between post instagram content and competitive price to consumer buying interest using account instagram Kd.Hijab Tulungagung. Adjusted R Square number is 0.333. It shows that 33.3% of variations in consumer buying interest can be explained by variations of post instagram content and competitive pricing. While the remaining 66.7% is explained by other causes not examined in this study.

Key words : *Post instagram content, competitive prices, and Consumer buying interest*