

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap keputusan pembelian produk Adiakstore di Kota Padang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan media sosial instagram pada *online shop* Adiakstore, mengetahui keputusan pembelian pada produk Adiakstore serta pengaruh signifikan penggunaan media sosial instagram terhadap keputusan pembelian produk Adiakstore di Kota Padang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *simple random sampling*. Dengan jumlah responden sebanyak 92 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan analisis koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Adiakstore di Kota Padang. Hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis secara parsial (Uji t), didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ (11,723 > 1,986) dengan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Berdasarkan uji koefisien determinasi menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,604, yang berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 60,4 %. Sedangkan 39,6 % lagi dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa penggunaan media sosial instagram pada akun Adiakstore di Kota Padang sudah masuk kategori baik, namun ada beberapa item yang perlu ditingkatkan lagi, seperti dalam membangun kepercayaan dengan *followers*, menjalin komunikasi yang lebih baik dengan calon pembeli, menyediakan produk yang sedang *trend* dan yang diinginkan oleh pembeli serta mampu menyediakan produk yang selalu dibutuhkan oleh pembeli.

Kata Kunci: media sosial, instagram, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of using social media Instagram on purchasing decisions for Adiakstore products in Padang City. The purpose of this study was to determine the use of Instagram social media in the Adiakstore online shop, to find out purchasing decisions on Adiakstore products and the significant influence of using social media Instagram on purchasing decisions for Adiakstore products in Padang City.

This research uses quantitative methods with associative research type. The sample was taken by using simple random sampling method. With the number of respondents as many as 92 people. The data analysis technique used is simple linear regression analysis and analysis of the coefficient of determination.

Based on the results of hypothesis testing, the use of Instagram social media has an effect on purchasing decisions for Adiakstore products in Padang City. This is evidenced by the partial hypothesis test (t test), obtained r count > r table (11, 723 > 1.986) with a significance level of $0,000 < 0.05$. Based on the coefficient of determination test, the coefficient of determination is 0.604, which means that the effect of the independent variable to the dependent variable is 60.4%. Meanwhile 39.6% is influenced by other variables.

The conclusion of this study is that the use of Instagram social media on the Adiakstore account in Padang City is in the good category, but there are several items that need to be improved, such as building trust with followers, establishing better communication with potential buyers, providing trending products and what the buyer wants and is able to provide the product that is always needed by the buyer.

Keywords: *social media, instagram, purchase decision*