

ABSTRAK

Vendors.id merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa sublimasi dan *printing*, mulai dari jilbab, jersey, kemeja, jaket, kaos, bantal dan sebagainya. Berdiri pada tahun 2010 dan saat ini memiliki pengikut Instagram berjumlah 2.519. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat permasalahan sehubungan dengan keputusan pembelian yang disebabkan oleh hubungan antara konsumen dan admin media sosial Instagram yaitu sering terjadinya mis-komunikasi dan keterlambatan dalam merespon pertanyaan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi melalui media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian pada perusahaan Vendors.id Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Jenis data yang dibutuhkan pada penelitian ini data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan jumlah responden sebanyak 44 responden yang mengikuti atau konsumen yang pernah membeli produk. Kemudian Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Teknik analisis regresi linier sederhana dan pengolahan data menggunakan *software* SPSS 23,0.

Terdapat pengaruh positif promosi melalui media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian pada perusahaan Vendors.id. hasil koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 76,8% atau dapat dikatakan bahwa varian yang terjadi pada variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 76,8%. Hal tersebut ditentukan oleh varian yang terjadi pada variabel promosi melalui media sosial Instagram (X). Sisanya, sebesar 23,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu Vendors.id sebaiknya dapat memaksimalkan promosinya terutama pada media sosial Instagram dengan mengembangkan isi postingan Instagram yang menarik dan membuat *audience* terlibat untuk menciptakan komunikasi dan mendapatkan *engagement*. Menerapkan strategi dengan iklan berbayar dengan mengevaluasi dan meriset terlebih dahulu perkembangan menggunakan *paid promote* dan *endorsement*.

Kata Kunci: Promosi, Instagram, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Vendors.id is a company that operates in the field of sublimation and printing services, starting from headscarves, jerseys, shirts, jackets, t-shirts, pillows and so on. Founded in 2010 and currently has 2,519 Instagram followers. Based on the research results, it is known that there are problems related to purchasing decisions caused by the relationship between consumers and Instagram social media admins, namely frequent miscommunication and delays in responding to consumer questions.

This research aims to find out how much influence promotions via Instagram social media have on purchasing decisions at the Vendors.id Bandung company. The method used in this research is a quantitative method with descriptive research type. The types of data needed in this research are primary data and secondary data. Sampling used the Slovin formula with a total of 44 respondents who participated or were consumers who had purchased the product. Then the data analysis technique in this research uses a simple linear regression analysis technique and data processing uses SPSS 23.0 software.

There is a positive influence of promotion via Instagram social media on purchasing decisions at the Vendors.id company. The coefficient of determination obtained was 76.8% or it could be said that the variance that occurred in the purchasing decision variable (Y) was 76.8%. This is determined by the variance that occurs in the promotion variable via social media Instagram (X). The remaining 23.2% was influenced by other variables outside the research.

The suggestion that researchers can put forward is that Vendors.id should be able to maximize its promotion, especially on Instagram social media, by developing interesting Instagram post content and getting the audience involved to create communication and get engagement. Implement a strategy with paid advertising by first evaluating and researching developments using paid promotion and endorsement.

Keywords: Promotion, Instagram, Purchase Decision

ABSTRAK

Vendors.id nyaéta hiji pausahaan anu bergerak dina widang sublimasi jeung jasa percetakan, mimitian ti jilbab, kaos, kaos, jaket, kaos, bantal jeung sajabana. Diadegkeun dina 2010 sareng ayeuna gaduh 2,519 pangikut Instagram. Dumasar kana hasil panalungtikan, dipikanyaho aya masalah anu aya patalina jeung kaputusan beuli anu disababkeun ku hubungan antara konsumen jeung admin média sosial Instagram, nyaéta sering miskomunikasi jeung telat dina ngaréspon kana patarosan konsumen.

Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun nangtukeun sabaraha pangaruh promosi ngaliwatan média sosial Instagram kana kaputusan beuli di pausahaan Vendors.id Bandung. Méthode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta métode kuantitatif jeung tipe panalungtikan déskriptif. Jenis data anu diperlukeun dina ieu panalungtikan nya éta data primer jeung data sekunder. Sampling ngagunakeun rumus Slovin kalayan jumlah 44 responden anu ilubiung atanapi konsumen anu parantos ngagaleuh produk. Saterusna téhnik analisis data dina ieu panalungtikan ngagunakeun téhnik analisis régrési liniér basajan jeung ngolah data ngagunakeun software SPSS 23.0.

Aya pangaruh positif promosi via média sosial Instagram kana kaputusan beuli di pausahaan Vendors.id. Koéfisién determinasi anu dimeunangkeun nyaéta 76,8% atawa bisa disebutkeun yén varians anu lumangsung dina variabel kaputusan beuli (Y) nyaéta 76,8%. Ieu ditangtukeun ku varians anu lumangsung dina variabel promosi via média sosial Instagram (X). Sésana 23,2% dipangaruhan ku variabel séjén di luar panalungtikan.

Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik nyaéta Vendors.id kudu bisa ngamaksimalkeun promosina, utamana dina média sosial Instagram, ku cara mekarkeun eusi postingan Instagram anu menarik jeung ngalibetkeun audiens pikeun nyieun komunikasi jeung meunang papacangan. Laksanakeun strategi nganggo iklan berbayar ku cara mimiti ngevaluasi sareng nalungtik kamajuan nganggo promosi sareng dukungan anu mayar.

Kecap konci: Promosi, Instagram, Kaputusan Meuli