

Abstrak

Intan Purnamasari, Pengaruh Sosial Media Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Madu Onggu Di Sidoarjo. Dibawah Bimbingan Ibu Nirma Kurriwati, S.P.,M.Si.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana promosi sosial media Instagram bisa mempengaruhi keputusan pelanggan guna membeli produk madu onggu di Sidoarjo. Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif guna melakukan studi deskriptif. Analisis yang digunakan penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Metode pengumpulan data melibatkan penyebaran kuisisioner pada pelanggan madu onggu sebanyak 97 responden. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa promosi di Instagram (sosial media) berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan guna membeli produk madu onggu di Sidoarjo.

Kata Kunci: Promosi dengan Media Sosial Instagram, dan Keputusan Pembelian.

Abstract

Intan Purnamasari, The Social Impact of Instagram as a Promotional Tool in Improving The Decision on Onggu Honey Purchase in Sidoarjo. Under the guidance of Mrs. Nirma Kurriwati, S.P.,M.Si.

This research aims to investigate the impact of social media advertising on consumer purchasing decisions for onggu honey products in Sidoarjo. The research employs a quantitative technique in its quantitative descriptive investigation. The analysis used in this study is a simple linear regression analysis. The data collecting method involves distributing questionnaires to honey consumers much as 97 respondents. Studies indicate that using social media for advertising has a positively and significantly influence on the purchasing choice of onggu honey products in Sidoarjo.

Key words: Promotion through social media instagram, and purchase decisions.