

ABSTRAK

Roxas Hernandes Rumahorbo. NIM. 7182210014. “Pengaruh Promosi Sosial Media Instagram dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Susu Kambing Etawa di Ath Thufail Farm Laut Dendang Kecamatan Percut Sei Tuan”. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Tahun 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Promosi Sosial Media Instagram dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Kambing Etawa di Ath Thufail Farm Laut Dendang Kecamatan Percut Sei Tuan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 238 orang responden, dengan jumlah sampel 70 responden. Yang menjadi responden merupakan pelanggan yang berkunjung ke peternakan dan yang pernah mengonsumsi susu kambing etawa. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui angket (Kuesioner) yang pengukurannya menggunakan skala *Likert* dan diolah secara statistik dengan menggunakan metode Analisis Regresi Berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ serta diolah dengan program SPSS 22.00 *for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi Sosial Media Instagram (X_1) dan Inovasi Produk (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini terlihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, pada signifikansi $\alpha = 5\%$. Dimana besar pengaruh antara variabel Promosi Sosial Media Instagram dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan dengan nilai *R square*. Sedangkan secara parsial Promosi Sosial Media Instagram memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian $t_{hitung} > t_{tabel}$. Persamaan struktural dari model yang dapat dibuat adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Kata kunci : Promosi Sosial Media Instagram (X_1), Inovasi Produk (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y)

ABSTRAK

This study aims to determine and explain the effects of Instagram Social Media Promotion and Product Innovation on Decision Purchase Etawa Goat Milk at Ath Thufail Farm Laut Dendang Percut Sei Tuan District. The population in this study amounted 238 respondents, with a total sample of 70 respondents. The respondents are customers who visit farm and who have consumed Etawa goat's milk. The data collection technique used is through a questionnaire (Questionnaire) whose measurements use a *Likert* scale and statistically processed using the Multiple Regression Analysis method with the equation $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+e$ and processed with the *SPSS 22.00 for windows*.

The results of the study show that the variables of Instagram Social Media Promotion (X_1) and Product Innovation (X_2) simultaneously have a significant effect on Purchase Decision (Y). This can be seen from the value of $F_{count} > F_{table}$, at the significant $\alpha = 5\%$. Where is the big influence between the variables of Instagram Social Media Promotion and Product Innovation on Purchase Decision which is indicated by the value of R square. While partially Instagram Social Media Promotion has an influence on Purchase Decision with a value of $t_{count} > t_{table}$ and Product Innovation has an effect on Purchase Decision $t_{count} > t_{table}$. The structural equation of the model can be made is $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Keywords: Instagram Social Media Promotion (X_1), Product Innovation (X_2), and Purchase Decision (Y)