

ABSTRAK

Lia Fitriana Damanik, Nim 7193510024. “Pengaruh Media Sosial Instagram dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cafe Anaugölö Kofi Medan”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial Instagram dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cafe Anaugölö Kofi Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang pengukurannya dengan skala likert dan diolah secara statistik menggunakan analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2) yang sebelumnya data telah diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan program SPSS for windows 24.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Sosial Instagram dan Keberagaman Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,369 yang berarti Pengaruh Media Sosial Instagram dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian sebesar 36,9% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Keberagaman Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Lia Fitriana Damanik, Nim 7193510024. “The Influence of Instagram Social Media and Product Diversity on Customer Purchasing Decisions at Cafe Anaugölö Kofi Medan”.

This research aims to determine the influence of Instagram social media and product diversity on customer purchasing decisions at Cafe Anaugölö Kofi Medan. This research uses quantitative methods with a sampling technique using accidental sampling, with a total sample of 97 people. The data collection technique in this research was carried out by distributing questionnaires which were measured using a Likert scale and processed statistically using multiple linear regression analysis and hypothesis testing with the t test, F test and coefficient of determination (R²) where previously the data had been tested using the validity test, test reliability and classical assumption tests. Data processing uses the SPSS for Windows 24.0 program. The research results show that Instagram Social Media and Product Diversity have a partially positive and significant effect on Purchase Decisions. The coefficient of determination test shows a value of 0.369, which means that the influence of Instagram social media and product diversity on purchasing decisions is 36.9%, while the rest is influenced by other variables outside this research.

Keywords: Instagram Social Media, Product Diversity, Purchase Decision