

INTISARI

Gandari Indonesia merupakan sebuah merek *online shop* lokal yang bergerak di bidang *fashion* dan memasarkan produknya melalui melalui akun Instagram. Gandari Indonesia menawarkan beragam jenis pakaian yang di rancang sendiri, mulai dari atasan, celana, rok, dan juga hijab atau kerudung dengan menggunakan kualitas bahan tidak kalah dengan toko atau butik pakaian lainnya. Namun, meskipun Gandari Indonesia telah berkecimpung pada dunia fesyen dan memasarkan produknya melalui Instagram serta merancang pakaian sendiri dan telah menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dalam pakaian yang ditawarkannya kepada konsumen, penjualan Gandari Indonesia dalam kurun waktu 2 tahun belakangan ini masih dibawah rata-rata penjualan yang diharapkan. Tidak sesuai target penjualan dengan yang diharapkan mengakibatkan kerugian bagi Gandari Indonesia.

Beberapa studi menyatakan bahwa niat membeli secara *online* untuk produk pakaian dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berbeda. Merujuk pada penelitian sebelumnya oleh Simonian *et al.*, (2012), penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor citra merek produk, tampilan toko *online*, resiko finansial, resiko produk, dan resiko waktu pada niat membeli produk pakaian secara daring. Metode dalam penelitian ini ialah kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitiannya. Proses pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar secara daring kepada responden yang memiliki akun Instagram. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) yang dibantu dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.2.8 dan Microsoft Excel 2016.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa variabel citra merek produk dan tampilan toko *online* berpengaruh signifikan pada niat membeli. Variabel citra merek produk berpengaruh signifikan pada resiko produk. Variabel tampilan toko *online* berpengaruh signifikan pada resiko waktu. Kemudian variabel resiko waktu berpengaruh signifikan pada niat membeli.

Kata Kunci : Produk Fesyen, Instagram, Toko Daring, Niat Membeli, Citra merek produk, Tampilan Toko Online, Resiko finansial, Resiko produk, Resiko waktu.

ABSTRACT

Gandari Indonesia is a local online shop brand that engages in fashion and markets its products through an Instagram account. Gandari Indonesia offers various types of clothing that are designed by themselves, ranging from tops, pants, skirts, and also hijabs or veils using quality materials. However, even though Gandari Indonesia has been involved in the world of fashion and marketing its products through Instagram and designing its own clothes and using quality materials in clothing that it offers to consumers over the past 2 years, Gandari Indonesia's sales are still below the expected sales average. Unsuitable sales targets with those expected to result in losses for Gandari Indonesia.

Some studies state that the intention to buy online for clothing products is influenced by several different factors. Referring to a previous study by Simonian et al., (2012), this study was conducted to determine the effect of product brand image factors, online store image, financial risk, product risk, and time risk on the intention to buy clothing products online. The method in this study is quantitative using a questionnaire as an instrument of research. The process of collecting data is done through questionnaires distributed online to respondents who have an Instagram account. Data analysis in this study used the Partial Least Square (PLS) method which was assisted by using SmarPLS 3.2.8 and Microsoft Excel 2016 software.

Based on the results of the study, it can be seen that the product brand image and online store image variables have a significant effect on niat membeli. Product brand image variable has a significant effect on product risk. Online store image variables have a significant effect on time risk. Then the time risk variable has a significant effect on buying intention.

Keywords: Fashion Products, Instagram, Online Shop, Buying Intention, Product Brand Image, Online Store Image, Financial Risk, Product Risk, Time Risk.