

INTISARI

Online shop saat ini telah menjadi tren di Indonesia. Semula belanja *online* hanya dapat dilakukan melalui *website* yang didirikan oleh sebuah perusahaan *e-commerce* saja, namun sekarang berbelanja *online* juga dapat dilakukan menggunakan *platform* media sosial, salah satunya adalah Instagram. Media sosial kini telah menjadi tren baru dalam dunia bisnis dan komunikasi pemasaran. Pada awal kemunculannya, media sosial hanya dikenal sebagai sarana untuk bersosialisasi, yang mana setiap orang mampu menyebarluaskan pengetahuan dan berbagai informasi kepada pengguna internet lainnya secara cepat dan dalam skala yang besar. Namun saat ini media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai media untuk berkomunikasi maupun sebagai alat untuk menyebarkan informasi saja melainkan juga digunakan sebagai salah satu media untuk melakukan perdagangan atau jual beli. Penelitian ini mengidentifikasi adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada bisnis *online* menggunakan Instagram. Faktor tersebut yaitu kualitas informasi, kemudahan penggunaan, dan karakteristik produk.

Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan menggunakan lima poin skala Likert. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah data sebanyak 200 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas informasi di Instagram baik, sehingga konsumen memutuskan untuk berbelanja *online* di Instagram, (2) berbelanja *online* di Instagram mudah, sehingga konsumen memutuskan untuk berbelanja di Instagram, (3) produk yang ditawarkan di Instagram memiliki kualitas yang baik dan beragam sehingga konsumen memutuskan untuk berbelanja di Instagram.

Kata kunci: Online Shop, Media Sosial, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan, Karakteristik Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Social media becomes a new trend in the world of business and marketing communications. At the initial appearance, social media only known as a tool to socialize, but now social media is also used as a media for trading or purchase. Although online shopping behaviour today has become a new trend in Indonesia, but there are still many people who are interested in shopping in a physical store. Researchers suspect that there are several factors behind someone still want to shop online, especially through Instagram. Some of these factors are suspected to information quality, ease of use, and product characteristics.

This research uses quantitative method with the research instrument of questionnaire with Likert point of scale. Sample were taken by purposive sampling technique with total of 200 respondents. Data analysis method used a multiple regression, classic assumption testing, and hypothesis testing. The result shows that (1) Instagram has a good information quality, so that consumers decided to shop in Instagram, (2) shopping online in Instagram is very easy, so that consumers decided to shop in Instagram, (3) product offered in Instagram has a good quality and variance, so that consumers decided to shop in Instagram.

Keywords: Online Shop, Sosial Media, Information Quality, Convinience, Product Characteristics, Purchase Decision