

Judul : Pengaruh Sosial Media Marketing Bimbingan Belajar Daring Quipper Terhadap Keputusan Pembelian Pada Followers Periode September 2019 – November 2019

Nama : Nisrina Laila Nabila

Nim : 1807127

ABSTRAK

Instagram yang merupakan platform sosial media, kini digunakan sebagai salah satu alat pemasaran suatu perusahaan dalam mempromosikan produknya, yakni dengan mengunggah foto dan video animasi yang di desain sedemikian rupa agar dapat mempersuasi *followers* nya sehingga timbul keinginan untuk melakukan pembelian produk. Rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana pengaruh sosial media marketing bimbingan belajar daring quipper terhadap keputusan pembelian pada *followers* periode September 2019 – November 2019.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh akun instagram @Quipper_id sebagai media pemasaran terhadap keputusan pembelian *followers* produk aplikasi Quipper, dan untuk mengetahui sejauh mana sosial medi amarketing berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian followers terhadap aplikasi bimbingan belajar daring Quipper.

Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas Sosial media marketing (X) yang memiliki indikator *Content Creation, Content Sharing, Connecting, Intensitas Promosi Konten* dan tingkat Adopsi Pesan, kemudian terdapat variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) yang juga memiliki indikator yaitu: *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Keinginan) dan *Action* (Tindakan). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang memiliki sumber data berupa data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* dari akun Instagram @Quipper_id, dan pengambilan sampel menggunakan rumus dari Slovin dengan jumlah sampel 100 *followers*. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana, dengan hasil penelitian yaitu penggunaan sosial media marketing berpengaruh sebesar 100% bagi keputusan pembelian *followers* pada produk Quipper. Kontribusi dalam penelitian ini yaitu penggunaan sosial media marketing terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sosial media marketing berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian yang dilakukan oleh *followers* Instagram @Quipper_id.

Kata Kunci: Sosial media marketing, promosi, keputusan pembelian

Judul : The Influence of Social Media Marketing of “Bimbingan Belajar Daring Quipper” in Followers’ Buying Decision on Period September 2019 – November 2019

Nama : Nisrina Laila Nabila

Nim : 1807127

ABSTRACT

Instagram is a social media platform which is used as a marketing tool of a company in promoting its product by uploading a well-designed photo or animation video in order to persuade the followers in buying the product. The problem statement of this research was "how is the Influence of social media marketing of "Bimbingan Belajar Daring Quipper" in Followers' Buying Decision on period September 2019- November 2019". The purpose of this research was to know the influence of @Quipper_id account as a social media marketing in followers' buying decision of Quipper Application product and to know how far social media marketing directly influence in followers' buying decision of "Bimbingan Belajar Daring Quipper" application was.

In this research there are 2 variables those were; first, independent variable which is social media marketing (X) which includes some indicators those were Content Creation, Content Sharing, Conecting, Content Promotion Intensity and Message Adaption Level. Second is dependent variable which is Buying Decision (Y) including some indicators those were attention, interest, desire, action. The research method used by the researcher is Quantitave Research which has primary data and secondary data. In collecting the data the researcher did observation and used questionnaire. The population of this research was the followers of @Quipper_id instagram account and in sampling the researcher used Slovin. There are 100 followers used as samples. In analyzing data the researcher used simple linear regression which had the research result which is the use of promotion through social media marketing affects 100% in followers' buying decision in Quipper product. The contribution in this research was the use of social media marketing in buying decision. The conclusion of this research showed that the variable of social media marketing affected @Quipper_id followers' buying decision variable

Keywords: social media marketing, promotion, buying decision