



NIP : 040.1.2015.045

6 dari 140

v

Judul Penelitian : Pengaruh *Platform Shopee*, Instagram Dan *Endorsement Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hay Colla Di Hayhappy Sambi Kabupaten Kediri

Dosen Pembimbing : Dr. Miftahul Munir, S.E., M.M.
Baju Pramutoko, SE.,MM

Nama Mahasiswa : Wahyu Indra Purnama
NPM : 20130210089

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mempengaruhi *Platform Shopee*, Instagram dan *Endorsement Influencer* terhadap keputusan pembelian produk hay colla di Hayhappy Sambi Kabupaten Kediri. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk hay colla pada platform sopee dibulan Januari – Desember 2023 sebanyak 730 konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 88 Konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda yang diolah menggunakan sistem *software* SPSS 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Platform Shopee* tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk hay colla di Hayhappy Sambi Kabupaten Kediri dengan nilai sig t yaitu $0,064 > 0,05$. Variabel Instagram memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Hay Colla di Hay Happy Sambi Kabupaten Kediri dengan nilai sig t yaitu $0,000 < 0,05$. Variabel *Endorsement Influencer* memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Hay Colla di Hay Happy Sambi Kabupaten Kediri dengan nilai sig t yaitu $0,000 < 0,05$. Sedangkan variabel *Platform Shopee*, Instagram dan *Endorsement Influencer* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk hay colla di Hayhappy Sambi Kabupaten Kediri dengan nilai sig F yaitu $0,000 < 0,05$

Kata Kunci : *Platform Shopee*, Instagram, *Endorsement Influencer*, Keputusan Pembelian

vi

