

**PENGARUH TOKO *OFFLINE* TERHADAP KEPERCAYAAN PEMBELI
ONLINE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @amenkgallery
(Studi Deskriptif Verifikatif pada Akun Instagram @amenkgallery)**

ABSTRAK

Perkembangan dunia digital yang sangat pesat dan semakin modern mendorong berbagai macam perubahan sistem, baik secara langsung maupun tidak langsung, contohnya sistem perdagangan, cara bertransaksi dan sistem pemasaran. Meningkatnya perkembangan internet mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan yang mempengaruhi kehidupan, dimana banyak masyarakat yang beralih melakukan berbelanja toko *offline* namun juga toko *online*. Instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat populer, dan banyak digunakan oleh *online shop*. Komponen yang harus diperhatikan dalam melakukan keputusan belanja melalui internet adalah kepercayaan (*trust*), karena *trust* adalah faktor penting yang merupakan dasar bagi aplikasi kegiatan bisnis yang menggunakan media internet termasuk melakukan transaksi melalui *online store*. Amang amenk gallery merupakan salah satu toko yang menyediakan berbagai macam aksesoris orang sunda (kesundaan), untuk menunjang kegiatan promosinya, amenk gallery mempromosikan produk-produknya dengan toko *online*, melalui media sosial instagram @amenkgallery dan juga menghadirkan toko *offline*, dengan hadirnya toko *offline* dan *online*, amang amenk gallery berharap mendapatkan kemudahan dan kepercayaan dari pada calon pembeli.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh toko *offline* yang terdiri dari *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terhadap kepercayaan pembeli *online* akun instagram @amenkgallery di instagram.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, dilakukan dengan menggunakan kuisioner atau angket, sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para *followers* yang pernah melakukan pembelian *online* pada akun instagram @amenkgallery dan datang langsung ke toko amank ameng gallery, berdasarkan teknik sampling *accidental sampling* dengan rumus *unknown populations*, maka diperoleh sebanyak 100 orang *followers* sebagai responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang didasarkan pada hasil pengolahan data dengan analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil bahwa secara simultan toko *offline* melalui *exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pembeli *online* dengan besaran kontribusinya yaitu sebesar 63.2%, sedangkan berdasarkan hasil secara parsial, *interior display* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pembeli *online*.

Kata Kunci: Toko *Offline*, Store Atmosphere, Kepercayaan dan Instagram

**THE EFFECT OF OFFLINE SHOP TO ONLINE BUYER TRUST IN
SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @amenkgallery
(Verification Descriptive Study on Instagram account @amenkgallery)**

ABSTRACT

The development of the digital world which is very fast and increasingly modern pushes various kinds of system changes, both directly and indirectly, for example the trading system, how to trade and the marketing system. The increasing development of the internet has resulted in changes that affect life, where many people are turning to shop offline but also online. Instagram is a very popular social media, and is widely used by online shops. Components that must be considered in making shopping decisions over the internet are trust (trust), because trust is an important factor that is the basis for the application of business activities that use internet media including making transactions through online stores. Amang Amenk Gallery is one of the stores that provide a variety of Sundanese accessories (delay), to support its promotional activities, Amenk Gallery promotes its products with online stores, through social media Instagram @amenkgallery and also presents offline stores, with the presence of offline and online stores, Amang Amenk Gallery hopes to get the ease and trust of to potential buyers.

The purpose of this study is to find out how the influence of offline stores consisting of exterior, general interior, store layout and interior display on the trust of online buyers on Instagram account @amenkgallery on Instagram.

Data collection techniques in this study, carried out using a questionnaire or questionnaire, while the method used in this study was to use descriptive and verification methods. The population in this study are followers who have made online purchases on the Instagram account @amenkgallery and come directly to the Amank Ameng Gallery store, based on accidental sampling technique using the formula unknown population, as many as 100 followers gained as respondents.

Based on the results of research based on the results of data processing with multiple linear regression analysis, the results obtained that simultaneously offline stores through the exterior, general interior, store layout and interior display have a significant effect on online buyer confidence with the amount of contribution of 63.2%, while based on the results partially, interior displays do not have a significant effect on online buyer confidence.

Keywords: Offline Store, Store Atmosphere, Trust and Instagram