

Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit Gegerkalong Bandung

Vidya Utami, Dede R. Oktini, Dedy Ansari Harahap
 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung
 Bandung, Indonesia
 vidyautami2@gmail.com, dede.r.oktini@gmail.com, deanhar@yahoo.com

Abstract—Social media marketing Instagram is one of the marketing system through the digital world that have a major impact on the dissemination of information, especially regarding the sales promotion of the fashion industry. People often take advantage of social media as a means of shopping for clothes. This is one factor driving the use of social media among people of Bandung in the purchase of clothing. Mayoutfit is engaged in the business of fashion, started his business by opening an online shop up to now have their own store. Mayoutfit including one of the companies that market their products online like Instagram, This study aims to determine how Instagram social media marketing influences on product purchasing decisions Mayoutfit Gegerkalong Bandung, The research method is a type of verification and descriptive study aimed to test the hypothesis. Data was collected by distributing questionnaires to 100 people carried out on visitors or users of social media Instagram. The results of this study addressed that social media marketing Instagram influence on purchase decisions Mayoutfit products Gegerkalong Bandung.

Keywords—*Social Media Marketing Instagram and Purchasing Decisions.*

Abstrak—Pemasaran media sosial Instagram merupakan salah satu sistem pemasaran melalui dunia digital yang memberikan dampak besar pada penyebaran informasi khususnya mengenai promosi penjualan industri fashion. Masyarakat sering memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam berbelanja pakaian. Hal ini merupakan salah satu faktor pendorong penggunaan media sosial di kalangan masyarakat kota Bandung dalam melakukan pembelian pakaian. Mayoutfit adalah usaha yang bergerak dibidang fashion, memulai usahanya dengan membuka online shop hingga sekarang sudah mempunyai toko sendiri. Mayoutfit termasuk salah satu perusahaan yang memasarkan produknya secara online seperti Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemasaran media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian produk Mayoutfit Gegerkalong Bandung. Metode penelitian yang dilakukan adalah jenis verifikasi dan deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang dilakukan pada pengunjung atau pengguna media sosial Instagram. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa pemasaran media sosial Instagram berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mayoutfit Gegerkalong Bandung.

Kata kunci—*Pemasaran Media Sosial Instagram dan*

Keputusan Pembelian.

I. PENDAHULUAN

Penggunaan sosial media saat ini sangat berkembang dengan cepat, hal ini memang menjadi tren di dunia marketing, karena dunia marketing pada saat ini didukung oleh sistem digitalisasi tidak terkecuali pada sistem penjualan mereka, perusahaan pada saat ini banyak memasarkan produknya secara offline tetapi mereka juga banyak memasarkan produknya secara online. Masyarakat sering memanfaatkan sosial media sebagai sarana dalam berbelanja pakaian. Hal ini merupakan salah satu faktor pendorong penggunaan sosial media di kalangan masyarakat kota Bandung dalam melakukan pembelian pakaian. Mayoutfit adalah usaha yang bergerak dibidang fashion, memulai usahanya dengan membuka online shop hingga sekarang sudah mempunyai toko sendiri dan mereka menjual berbagai pakaian yang sebagian besar adalah buatan sendiri, hanya sebagian yang mereka mengambil dari pemasok lainnya. Mayoutfit termasuk salah satu perusahaan yang memasarkan produknya secara online seperti Instagram.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran pemasaran media sosial Instagram Mayoutfit ?
2. Bagaimana keputusan pembelian produk Mayoutfit ?
3. Seberapa besar pengaruh pemasaran media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian produk Mayoutfit?

II. LANDASAN TEORI

Pemasaran media sosial mempunyai peranan yang penting didalam dunia bisnis khususnya bidang pemasaran dan menjadi salah satu media yang dapat dengan sangat cepat dalam menyebarkan sebuah informasi. Menurut Kotler and Keller (2016), Sosial media adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi teks, gambar, audio, dan informasi satu sama lain dan dengan perusahaan, dan sebaliknya. Menurut Rohmadi (2016), sosial media sesuai namanya merupakan media yang memungkinkan penggunaannya