

ABSTRAK

Hanatika Sistiani Wijaya (1229240108); “Pengaruh Media Sosial Instagram dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Mahasiswa Aktif Program Studi Manajemen Angkatan 2022–2025 UIN Sunan Gunung Djati Bandung”.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan, salah satunya melalui pemanfaatan media sosial Instagram dan influencer marketing. Kedua strategi tersebut digunakan untuk meningkatkan daya tarik konsumen serta memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian, pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian, serta pengaruh Media Sosial Instagram dan Influencer Marketing secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah pada mahasiswa aktif Program Studi Manajemen angkatan 2022–2025 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian terdiri atas 1.083 mahasiswa aktif Program Studi Manajemen angkatan 2022–2025 UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling sehingga diperoleh 200 responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (t hitung = 5,179; sig. = 0,000). Influencer Marketing juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (t hitung = 8,540; sig. = 0,000). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (F hitung = 345,230; sig. = 0,000). Nilai Adjusted R Square sebesar 0,776 menunjukkan bahwa Media Sosial Instagram dan Influencer Marketing mampu menjelaskan 77,6% variasi Keputusan Pembelian, sedangkan 22,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, kedua variabel terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah, baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Influencer Marketing, Keputusan Pembelian, Wardah.