

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada seluruh pelanggan @Tuku2Store Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi online melalui Instagram, kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Toko @Tuku2Store Jember. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 97 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji t dan koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel promosi online melalui Instagram, kualitas produk dan kepercayaan, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil promosi online melalui Instagram, kualitas produk dan kepercayaan, semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: promosi online, kualitas produk, kepercayaan dan keputusan pembelian



ABSTRACT

This research was conducted on all @Tuku2Store Jember customers. This study aims to determine the effect of online promotions via Instagram, product quality and trust on purchasing decisions at the @Tuku2Store Jember store. In this research, the data was collected by means of observation, interviews and questionnaires to 97 respondents using a purposive sampling technique, which aims to determine the respondents' perceptions of each variable. The analysis used includes descriptive statistical analysis, data instrument testing (validity test and reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (t test and coefficient of determination). From the results of the analysis using regression, it can be seen that online promotion variables through Instagram, product quality and trust, all have a positive effect on purchasing decisions. From the t test, the results of online promotion via Instagram, product quality and trust, all have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *online promotion, product quality, trust and purchasing decisions*

