

ABSTRAK

Giolardo Asra, 12218937

“PENGARUH INFLUENCER DAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI KOTA BEKASI”

Penulisan Ilmiah, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2020.

Perkembangan *fashion* atau gaya berpenampilan berkembang sangat cepat dari tahun ke tahun. Hal tersebut dapat dilihat salah satunya dari menjamurnya *brand* lokal yang bermacam-macam kategori di berbagai wilayah di Indonesia. Pengaruh Influencer dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk EIGER di Kota Bekasi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah membeli produk Eiger. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh influencer, dan Media Sosial terhadap keputusan pembelian produk eiger di kota bekasi. Variabel bebas seperti Influencer, dan Media Sosial berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk Eiger di Kota Bekasi.

Kata Kunci : *Influencer, social media, instagram, buying decision*
(xi + 43 + Lampiran)

Daftar Pustaka : (2010-2020)