

Muhamad Saddam,11222169

PENGARUH PROMOSI MEDIA INSTAGRAM, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI PSTORE LENTENG AGUNG

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2024

ABSTRAK

Kemajuan teknologi di era globalisasi telah membawa banyak manfaat, terutama dalam sektor ekonomi. Media sosial, seperti Instagram, telah menjadi platform yang efektif untuk mempromosikan produk dan layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh promosi melalui Instagram, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian iphone di Pstore Lenteng Agung.

Dengan tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5% pada tahun 2024, media sosial memainkan peran penting bagi pelaku usaha dalam menjangkau konsumen. Instagram, yang memiliki 90,18 juta pengguna di Indonesia, menyediakan berbagai fitur seperti Instagram *Stories*, *Reels*, dan IGTV, yang dimanfaatkan oleh Pstore untuk memasarkan produknya. Selain promosi, citra merek dan harga menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian.

Pstore, melalui tagline “Hp pejabat, harga merakyat,” menawarkan produk iphone berkualitas tinggi dengan harga terjangkau melalui platform Instagram. Dengan akun utama yang memiliki 9,5 juta pengikut, Pstore memanfaatkan Instagram secara maksimal untuk menarik minat pembeli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner kepada konsumen PStore. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi di Instagram, citra merek yang kuat, dan harga yang kompetitif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini diharapkan dapat membantu mengembangkan strategi pemasaran digital, terutama bagi perusahaan yang mengandalkan media sosial sebagai alat promosi utama.

Kata kunci: *Promosi di Instagram, Citra merek, Harga, Keputusan pembelian, Pstore.*

(xii+69+Lampiran)

DaftarPustaka (2010-2023)