

ABSTRAK

Najah, 10820549

Pengaruh Media Sosial Instagram dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Produk Pakaian (Studi pada *followers* @Aesthete.yourlife)

Kata Kunci : Desain Produk, Media Sosial Instagram, Minat Beli, Produk Pakaian

(xii + 86 + Lampiran)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah media sosial Instagram dan desain produk pada akun @Aesthete.yourlife ada pengaruh terhadap minat beli produk fashion di kalangan *followers*. Penelitian ini menggunakan Teori *Elaboration Likelihood Model*, menjelaskan bagaimana individu memproses informasi dan membuat keputusan berdasarkan dua jalur pemrosesan utama: jalur sentral dan jalur perifer. Jalur sentral melibatkan pemrosesan informasi secara mendalam dan analitis, sedangkan jalur perifer melibatkan pemrosesan yang lebih dangkal dan dipengaruhi oleh faktor-faktor tidak langsung seperti daya tarik visual dan kredibilitas sumber. Metode pendekatan yang dilakukan penelitian ini yaitu kuantitatif dengan melakukan *survey* membagikan kuesioner kepada responden. Responden penelitian ini adalah *followers* dari akun Instagram @Aesthete.yourlife dan keseluruhan sampel dihitung menggunakan rumus slovin didapatkan sampel berjumlah 400 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda untuk mengukur pengaruh media sosial Instagram dan desain produk terhadap minat beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli produk pakaian sebesar 16,447 dari t tabel sebesar 1,966. Selain itu, desain produk juga terbukti memengaruhi minat beli sebesar 5,411 dari t tabel sebesar 1,966.

Daftar Pustaka (2003-2024)