

PENGARUH PENGGUNAAN SELEBGRAM, TESTIMONI, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ONLINE SHOP (ALAPITAK GRESIK)

Sunanik¹, Moh. Agung Surianto²

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Gresik, Jawa Timur Indonesia

Naniksun032@gmail.com

Abstrak

Semakin pesatnya perkembangan bisnis online tidak lepas dari pengaruh teknologi. pemilihan penggunaan pemasaran melalui media sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh pelaku usaha, sekarang ini penggunaan media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi. Hal tersebut merupakan peluang besar sebagai media iklan maupun promosi bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan selebgram, testimoni dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada online shop Alapitak Gresik.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian adalah regresi linier berganda. Teknik alat bantu dalam penelitian ini yaitu kuisioner dilakukan dengan metode *puposive sampling*. Dengan menggunakan 100 sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan selebgram, testimoni dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada online shop Alapitak Gresik. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi, namun bisa menggunakan metode penelitian yang berbeda dan Alapitak Gresik diharapkan bisa terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk terbaru. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan yaitu kelemahan variabel dikarenakan terdapat variabel lain yang tidak ada dalam model ini.

Kata Kunci : Selebgram, Testimoni, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian