

ABSTRAK

Aktifitas jual beli produk secara online menghadirkan banyak online shop pada media sosial. Salah satu media sosial yang digunakan untuk melakukan jual beli produk dimasyarakat adalah Instagram. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian secara online perlu diperhatikan oleh para online shop agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian produk fashion secara online pada media sosial Instagram dan untuk mengetahui variabel yang paling dominan dari masing-masing faktor.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis deskriptif serta menggunakan analisis faktor pada aplikasi SPSS 20.00 dalam windows seven. Variabel yang dianalisa dalam penelitian ini adalah Impulse Purchases Orientation, Service Quality, Customer Loyalty, Factor Influencing Customer Choice, Perceived Risk, Trust, Consumer Experience, Informativeness, Purchase Intention. Teknik pengumpulan data terhadap mahasiswa aktif International ICT Business Universitas Telkom dilakukan dengan cara wawancara dan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik proportionate stratified random sampling berjumlah 100 orang dengan tingkat kepercayaan sebesar 99% dan eror sebesar 1%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesembilan variabel yang dilibatkan dari awal penelitian, rupanya memang memberikan pengaruh terhadap mahasiswa di International ICT Business of Telkom University untuk berbelanja fashion melalui Instagram. Terdapat lima variabel yang mendominasi perilaku mahasiswa di International ICT Business of Telkom University untuk berbelanja fashion melalui Instagram, yaitu: purchase Intention, dapat menjelaskan perilaku konsumen sebesar 83.0%, informativeness, dapat menjelaskan perilaku konsumen sebesar 78.0%, service quality, dapat menjelaskan perilaku konsumen sebesar 69.2%, impulse purchase Orientation, dapat menjelaskan perilaku konsumen sebesar 62.8%, online trust, dapat menjelaskan perilaku konsumen sebesar 61.4%

Key word: Analisis Faktor, Online Purchasing, Instagram