

**ANALISIS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA BISNIS FASHION  
(Studi Kasus Pada Fashion\_Rfd20)**

Ditulis Oleh:  
Haninura Cahyani

Dibimbing Oleh:  
Dr. Heppy Agustiana Vidyastuti SP., MP

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen Sosial Media Instagram Rfd20 dan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis Fashion serta untuk mengetahui analisis Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada bisnis Rfd20. Metode penelitian ini yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder teknik pengambilan sample dengan probability sampling yaitu simple random dengan jumlah responden sebesar 100 konsumen fashion Rfd20. Hasil penelitian deskriptif menunjukkan bahwa “Sosial Media Instagram” termasuk kategori “kurang baik”, dan keputusan pembelian pada produk Fashion Rfd20 di sosial media instagram termasuk kategori “kurang baik”. Hasil analisis verifikatif menunjukan variabel Sosial Media Instagram berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci: Sosial Media Intagram, Keputusan Pembelian**

