

**PROMOSI BERBASIS MEDIA SOSIAL DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
(Studi Kasus Pada Konsumen *Online Shop*)**

Oleh:
Astrianeu Trafani
A10150180

Pembimbing:
Dr. Ir. Dani Dagustani., MM

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi adanya penurunan jumlah omset penjualan pada *online shop* Trafani Rajut pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2017, Penjualan produk *online shop* Trafani Rajut mengalami penurunan tiap tahunnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Promosi Berbasis *Media sosial* terhadap Keputusan Pembelian, pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian serta pengaruh Promosi Berbasis *Media sosial* dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *online shop* Trafani Rajut. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif dan Verifikatif, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang responden Konsumen *online shop* Trafani Rajut , yang pernah membeli dan akan membeli produk Trafani Rajut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji t Promosi Berbasis *Media sosial* memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil uji F, Promosi Berbasis *Media sosial* dan Desain Produk secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai Dan berdasarkan uji koefisien determinasi besarnya pengaruh Promosi Berbasis *Media sosial* adalah sebesar 60,0%. Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 61,1% dan Promosi Berbasis *Media sosial* dan Desain Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 71,1%.

Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk Trafani Rajut dipengaruhi oleh promosi berbasis *media sosial* dan desain produk.

Kata Kunci: Promosi Berbasis Media Sosial, Desain Produk, Keputusan Pembelian

**PROMOTION BASED ON SOCIAL MEDIA AND PRODUCT DESIGN TOWARD ON
PURCHASE DECISION**

(Case Study at Online Shop Consumers)

Written by
Astrianou Trafani
A10150180

Under Guidance of:
Dr. Ir. Dani Dagustani., MM

ABSTRACT

This research is motivated by a decrease in the number of sales turnover in online shop Trafani Rajut in 2015 to 2017, Online shop product sales Trafani Rajut has decreased every year. This study was conducted to determine social media based promotion of purchasing decisions, the effect of product design on purchasing decisions and the effect of social media based promotion and product design on purchasing decisions.

The population in this study is consumers of online shop Trafani Rajut. This study uses descriptive and verification methods, the method of collecting data using a questionnaire. Respondents in this study amounted to 100 respondents. Consumer shop online Trafani Rajut, who had bought and would buy products of Trafani Rajut.

The results of the study show that based on the results of the t test Social Media Based Promotion has a significant influence on the Purchase Decision. Based on the results of the F test, Social Media Based Promotion and Product Design simultaneously have a significant influence on Purchasing Decisions with values and based on the test the coefficient of determination the magnitude of the effect of Social Media Based Promotion is 60.0%. The Effect of Product Design on Purchase Decisions is 61.1% and Social Media Based Promotions and Product Design simultaneously on Purchase Decisions are 71.1%.

This study shows that product purchasing decisions of Trafani Rajut are influenced by social media-based promotions and product design.

Keywords: Social Media Based Promotion, Product Design, Purchasing Decisions

