

PENGARUH PENGGUNAAN METODE AIDA (*ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION*) PADA IKLAN *ONLINE* DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* OLEH MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM UIN ANTASARI BANJARMASIN

SKRIPSI

**OLEH
NINA ANDRIYANI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2017 M/1438 H**

PENGARUH PENGGUNAAN METODE AIDA (*ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION*) PADA IKLAN *ONLINE* DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* OLEH MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM UIN ANTASARI BANJARMASIN

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Ekonomi Islam**

Oleh:

**Nina Andriyani
1301150162**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2017M/1438H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nina Andriyani
NIM : 1301150162
Tempat/Tgl. Lahir : Sungai Raya Pengaron/ 13 Juli 1994
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 13 Juni 2017

Yang membuat pernyataan,



Nina Andriyani

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Penggunaan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Pada Iklan Online di Media Sosial *Instagram* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* oleh Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin

Ditulis oleh : Nina Andriyani
NIM : 1301150162
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2016/2017
Tempat dan tanggal lahir : Sei Raya Pengaron, 13 Juli 1994
Alamat : Jl. Irigasi Gg. Baiturrahman Rt 12 Kel. Gambut
Kec. Gambut Kab. Banjar

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Pembimbing I,



Dra. Hj. Rusdiah, M.HI
NIP. 19670618 199203 2 001

Banjarmasin, 13 Juni 2017
Pembimbing II



Lutpi Sahal, MSI
NIP. 19810921 200801 1 008

Mengetahui:
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
UIN Antasari Banjarmasin



PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: “Pengaruh Penggunaan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Pada Iklan Online di Media Sosial *Instagram* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* oleh Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin”, ditulis oleh Nina Andriyani, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin

Tanggal : 10 Juli 2017

Dinyatakan **LULUS** dengan predikat: **82,4 (A)**

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
UIN Antasari Banjarmasin,



Prof. Dr. H. Ahmadi Hasan, M.H.
NIP. 19580406 198703 1 001

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dra. Hj. Rusdiyah, MHI. (Ketua)	1.
2. Yulia Hafizah, SHI, MEI. (Anggota)	2.
3. Rohana Faridah, SE, MM. (Anggota)	3.
4. Lutpi Sahal, SHI, MSI. (Anggota)	4.

ABSTRAK

Nina Andriyani. 2017. *Pengaruh Penggunaan Metode AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Pada Iklan Online di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion oleh Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Dra. Hj. Rusdiyah, M.HI (II) Lutpi Sahal, SHI, MSI.

Kata Kunci: AIDA, iklan *online*, keputusan pembelian.

Penelitian ini dilatar belakangi pemasangan iklan *online* di media sosial *instagram* untuk mempromosikan produk *fashion* agar dapat meningkatkan penjualan perlu dianalisis. Permasalahannya adalah bagaimana mengetahui sikap konsumen terhadap produk *fashion* yang diiklankan dan mengetahui perilaku konsumen dalam melakukan tindakan keputusan pembelian produk *fashion* yang diiklankan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh penggunaan metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) pada iklan *online* di media sosial *instagram* terhadap keputusan pembelian produk *fashion* oleh mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin. Di samping itu, untuk mengetahui variabel yang memberikan kontribusi terbesar dalam terciptanya keputusan pembelian. Hasil penelitian lebih lanjut dapat digunakan sebagai rujukan dan referensi dalam pengambilan kebijakan.

Penelitian ini berupa penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Alat pengumpulan data berupa kuesioner yang selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Model persamaan tersebut diolah dengan bantuan SPSS 17.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda secara simultan variabel *attention, interest, desire, dan action* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel *desire* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel *attention, interest, dan action* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *desire* mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

MOTTO

فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ ﴿١٣﴾

Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?.

(Q.S. ar-Rahmān/55: 13)

Jangan pernah lupa bersyukur atas segala nikmat yang telah Allah SWT berikan. Karena, setiap tarikan dan hembusan napas kita, setiap bergantinya siang dan malam, setiap detak jantung adalah nikmat dari Allah SWT.

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah..Alhamdulillah..Alhamdulillahirabbil' alamin..

Sujud syukur kusembahkan kepada-Mu Sang Penguasa langit dan bumi, dengan rahman dan rahim yang terhampar luas melebihi luasnya jagat raya. Atas takdir-Mu, telah kau jadikan aku sebagai manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman, dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Dan atas izin-Mu telah kulewati suatu rintangan untuk sebuah keberhasilan yang memberikan kebahagiaan bagi orang-orang yang kucintai.

Lantunan sholawat beriring salam penggugah hati dan jiwa, menjadi persembahan penuh kerinduan kepada nabiyana Muhammad SAW.

Dengan segenap kasih sayang dan Diiringi Do'a yang tulus kupersembahkan karya tulis ini untuk:

Nenek tercinta Ramlah, Abah tercinta Sugianor dan mama tercinta Hatimah, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat, dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku, terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu.

Seluruh keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu persatu dari om, tante, sepupu yang senantiasa mendoakan kelancaran studi hingga karya tulis ini terselesaikan.

Rasa hormat dan terima kasih tiada tara untuk guru-guru SDN Gambut 10, MTsN 2 Gambut dan MAN 2 Model Banjarmasin, serta dosen-dosen UIN Antasari Banjarmasin. Terima kasih atas bimbingan dan arahan selama ini semoga Allah selalu melindungimu dan meninggikan derajatmu di dunia dan di akhirat. Semoga ilmu yang telah diajarkan menuntunku menjadi manusia yang berharga di dunia dan bernilai di akhirat.

Terima kasih pemerintah Indonesia dan program beasiswa Bidikmisi yang telah memberikan kesempatan bagi saya dan seluruh penerima beasiswa Bidikmisi untuk mendapatkan akses pendidikan terbaik di negeri ini.

Sahabat-sahabat seperjuangan, Ekonomi Syariah lokal D angkatan 2013, terima kasih atas persahabatan yang tulus dan murni selama ini. Atas segala canda, tawa dan tangisan haru suka duka yang telah dibagi. Sangat bersyukur dan bangga telah melewati hari-hari kuliah bersama kalian. Terkhusus Siti Rahmah, Fitri Mairida, Maulida Rahmi, Noor Naziah Lu'lu Lichayatie, Yunita, Halimah, Eka Safitri, dan Yusti Yudiawati. Semoga persahabatan kita menjadi persaudaraan yang abadi selamanya sampai ke surga nanti.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓa	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	Ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعقدين	Ditulis	<i>Muta’aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

C. Ta' marbutah

1. Apabila dimatikan ditulis h.

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al auliā'</i>
----------------	---------	--------------------------

2. Apabila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dhammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal pendek

◌	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
◌	fathah	Ditulis	<i>A</i>
◌	ḍammah	Ditulis	<i>U</i>

E. Vokal panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	<i>Ā Jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati يسعى	Ditulis	<i>Ā yas'ā</i>
3	Kasrah + ya' mati كريم	Ditulis	<i>Ī Karīm</i>
4	Dhammah + wawu mati فروض	Ditulis	<i>Ū Furūd</i>

F. Vokal rangkap

1	Fathah + ya' mati بينكم	Ditulis	<i>Ai</i> <i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قول	Ditulis	<i>Au</i> <i>Qaulun</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata sandang alif + lam

1. Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”

القرآن	Ditulis	<i>al-qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-qiyās</i>

2. Apabila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “al” nya.

السماء	Ditulis	<i>as-samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

نوي الفروض	Ditulis	<i>zawā al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى اله وصحبه
اجمعين

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua berupa akal dan fikiran sehingga manusia mampu merenungi kebesaran dan kuasa-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda besar *sayyidina* Muhammad SAW. Semoga kita termasuk umatnya yang mendapatkan limpahan syafa'atnya di akhirat kelak.

Dengan penuh kerendahan hati, penulis bersyukur dapat menyelesaikan karya ilmiah yang sederhana berupa skripsi dengan judul “Pengaruh Penggunaan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Pada Iklan *Online* di Media Sosial *Instagram* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* oleh Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin”

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya ini bukanlah hasil jerih payah penulis secara pribadi. Tetapi semua itu merupakan wujud akumulasi dari usaha dan bantuan, pertolongan serta do'a dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, sudah sepatutnya penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor UIN Antasari Banjarmasin Prof. Dr. H. Akhmad Fauzi Aseri, MA., Yang memberikan do'a dan dukungan semangat kepada penulis pada saat proses pembuatan skripsi.
2. Bapak Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Prof. Dr. H. Ahmadi Hasan, MH yang termasuk dalam Tim Penyusun buku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, yang sangat membantu penulis dalam penulisan skripsi.
3. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Bapak H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.SI., yang telah memberikan persetujuan untuk surat pertimbangan jurusan, dalam pengajuan judul proposal skripsi penulis ke Biro Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
4. Dosen Pembimbing Ibu Dra. Hj. Rusdiah, M.HI dan Bapak Lutpi Sahal, S.HI, MSI yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen, karyawan dan karyawan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah banyak memberikan ilmu dan layanan yang baik selama penulis menjadi mahasiswa di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
6. Kedua orang tua penulis, Sugianor dan Hatimah atas segala doa, perhatian dan arahan kasih sayangnya yang tidak dapat penulis ungkapkan dalam untaian kata-kata.
7. Sahabat-sahabatku ESY D 2013 yang telah memberi semangat sehingga terselesainya skripsi ini.

8. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan semua, yang telah bersedia memberikan masukan dan bantuan untuk penyusunan skripsi ini.

Akhirnya, dengan mengharap riḍā dan karunia-Nya semoga tulisan ini dapat bermanfaat dan menjadi amal ibadah. Amin.

Banjarmasin, 13 Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
KATA PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Definisi Operasional	9
F. Kajian Pustaka.....	12
G. Kerangka Pemikiran.....	16
H. Hipotesis Penelitian.....	17
I. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II IKLAN DAN PERILAKU KONSUMEN	
A. Metode AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>)	19
B. Fungsi Periklanan	21
C. Perilaku Membeli Konsumen.....	28
D. Konsep Konsumsi Dalam Ekonomi Islam	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian	39
C. Data dan Sumber Data	39
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43

	E. Desain Pengukuran.....	44
	F. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV	PENYAJIAN DATA DAN LAPORAN PENELITIAN	
	A. Gambaran Lokasi Penelitian	53
	B. Penyajian Data	59
	C. Analisis Data	77
	D. Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	84
	E. Analisis Regresi Linier Berganda	87
	F. Uji Hipotesis.....	88
BAB V	PENUTUP	
	A. Simpulan	94
	B. Saran.....	94
	DAFTAR PUSTAKA	95
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

1.	Tabel 3.1	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	44
2.	Tabel 3.2	Alternatif Jawaban	45
3.	Tabel 4.1	Jumlah Mahasiswa	58
4.	Tabel 4.2	Jumlah Responden Menurut Jurusan	59
5.	Tabel 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Angkatan Atau Tahun Masuk	61
6.	Tabel 4.5	Tanggapan Responden tentang Kemampuan Iklan dalam Menarik Minat untuk Memerhatikan Iklan Tersebut.....	61
7.	Tabel 4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
8.	Tabel 4.6	Tanggapan Responden tentang Kemampuan Iklan dalam Membangkitkan Keinginan untuk Mengetahui Lebih Dalam Terhadap Produk yang Diiklankan	63
9.	Tabel 4.7	Tanggapan Responden tentang Produk <i>Fashion</i> yang Diiklankan adalah Produk Berkualitas	63
10.	Tabel 4.8	Tanggapan Responden tentang Iklan Produk <i>Fashion</i> yang Jujur dan Bisa Diandalkan	64
11.	Tabel 4.9	Tanggapan Responden tentang Keunikan Iklan dalam Menarik Perhatian Konsumen	65
12.	Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Selalu Melihat <i>Posting-an</i> di Beranda Ketika Menggunakan <i>Instagram</i>	66
13.	Tabel 4.11	Tanggapan Responden tentang Tidak Terganggu dengan Beranda <i>Instagram</i> yang Penuh dengan Iklan	66
14.	Tabel 4.12	Tanggapan Responden tentang Produk <i>Fashion</i> yang Diiklankan di <i>Instagram</i> Lebih Terpercaya.....	67
15.	Tabel 4.13	Tanggapan Responden tentang Iklan <i>Produk Fashion</i> di <i>Instagram</i> Bertujuan Membuat Konsumen untuk Membeli Produk Tersebut.....	68
16.	Tabel 4.14	Tanggapan Responden tentang Pesan Pada Iklan Produk <i>Fashion</i> di <i>Instagram</i> Mudah Dipahami.....	68
17.	Tabel 4.15	Tanggapan Responden tentang <i>Caption</i> pada Produk <i>Fashion</i> yang Diiklankan di <i>Instagram</i> Memberikan Keterangan Mengenai Keunggulan Produk Tersebut.....	69
18.	Tabel 4.16	Tanggapan Responden tentang Iklan Produk <i>Fashion</i> di <i>Instagram</i> Membangkitkan Keinginan untuk Membeli Produk Tersebut.....	70
19.	Tabel 4.17	Tanggapan Responden tentang <i>Caption</i> pada Produk <i>Fashion</i> yang Diiklankan di <i>Instagram</i> Memberikan Alasan Mengapa Harus Membeli Produk Tersebut.....	70
20.	Tabel 4.18	Tanggapan Responden tentang Iklan Produk <i>Fashion</i> Ddi <i>Instagram</i> Mampu Meyakinkan untuk Melakukan Pembelian Terhadap Produk Tersebut.....	71

21. Tabel 4.19	Tanggapan Responden tentang <i>Caption</i> pada Iklan Produk <i>Fashion</i> di <i>Instagram</i> Menggunakan Bahasa yang Sopan dan Mudah Dipahami	72
22. Tabel 4.20	Tanggapan Responden tentang Iklan Produk <i>Fashion</i> di <i>Instagram</i> Membuat Sesegera Mungkin untuk Melakukan Pembelian Terhadap Produk Tersebut.....	73
23. Tabel 4.21	Tanggapan Responden tentang Mencari Informasi Mengenai Produk <i>Fashion</i> yang Ingin Dibeli Harus Dilakukan Sebelum Memutuskan Melakukan Pembelian...	74
24. Tabel 4.22	Tanggapan Responden tentang Setelah Melakukan Penilaian dan Seleksi Terhadap Berbagai Pilihan Produk, Memutuskan untuk Melakukan Pembelian Produk <i>Fashion</i>	74
25. Tabel 4.23	Tanggapan Responden tentang Mem- <i>Posting</i> Produk <i>Fashion</i> yang Dibeli dengan Menyebut atau Menandai (<i>Tag</i>) Akun <i>Instagram</i> yang Menjual Produk Tersebut	75
26. Tabel 4.24	Tanggapan Responden tentang Merekomendasikan Produk <i>Fashion</i> yang Dibeli Kepada Kerabat dan Teman-Teman ..	76
27. Tabel 4.25	Hasil Uji Validitas Instrumen Data.....	77
28. Tabel 4.26	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data.....	79
29. Tabel 4.27	Coefficient ^a	83
30. Tabel 4.28	Coefficients ^a	84
31. Tabel 4.29	Model Summary ^b	87
32. Tabel 4.30	Anova ^b	89
33. Tabel 4.31	Coefficients ^a	90

DAFTAR GAMBAR

1.	Gambar 1.1	Kerangka pemikiran penelitian	16
2.	Gambar 4.1	Histogram.....	80
3.	Gambar 4.2	Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual .	81
4.	Gambar 4.3	Scatterplot	82