



Digital Receipt

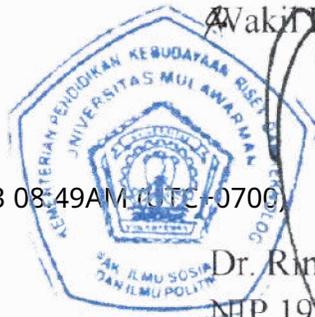
This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

15%

Submission author: Alinda Diah Syafika
Assignment title: JURNAL
Submission title: PENGARUH AKUN INSTAGRAM TASYA FARASYA TERHADAP IM...
File name: jurnal_Alinda_1_final_2.docx
File size: 204.28K
Page count: 10
Word count: 2,663
Character count: 17,866
Submission date: 20-Dec-2023 08:49AM UTC+0700
Submission ID: 2248111074

SIMILARITY INDEX



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Rina Juwita, S.P., MHRIR
NIP. 198104172005012001

PENGARUH AKUN INSTAGRAM TASYA FARASYA TERHADAP IMPULSIVE BUYING KONSUMEN KOTA BONTANG

Alinda Diah Syafika¹⁾, Hairunissa²⁾
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman
Email: ¹⁾alindsiab31@gmail.com; ²⁾emwzhu24@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh akun Instagram Tasya Farasya terhadap pembelian impulsif di Bontang. Teori AIDA diterapkan dalam penelitian ini. Pengambilan sampel purposif, yang menggunakan kriteria pengambilan sampel yang telah ditentukan sebelumnya, adalah metode pengambilan sampel yang digunakan bersama dengan metodologi pengambilan sampel non-probabilitas. Peneliti memberikan kuesioner g-form kepada 100 wanita di kota Bontang yang berusia antara 18 hingga 40 tahun, berdasarkan rumusan Slovin. Dengan menggunakan software SPSS versi 25, analisis regresi linier dasar digunakan sebagai alat analisis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram Tasya Farasya berpengaruh signifikan dan positif terhadap pembelian impulsif.

ABSTRACT

The purpose of this study is to ascertain how Tasya Farasya's Instagram account affects impulsive purchases in Bontang. AIDA theory is applied in this study. Purposive sampling, which uses predetermined criteria for sampling, is the sampling method employed in conjunction with the non-probability sampling methodology. Researchers gave a g-form questionnaire to 100 women in the city of Bontang who were between the ages of 18 and 40, based on Slovin's formulation. Using SPSS version 25 software, basic linear regression analysis was employed as an analysis tool. The study's findings indicate that Tasya Farasya's Instagram account significantly and favorably influences impulsive purchases.

PENDAHULUAN

Media di internet tidak lagi sebatas komunikasi. Whatsapp, Twitter, Facebook, YouTube, dan Instagram adalah beberapa contoh media komunikasi yang berkembang sangat pesat seiring dengan media sosial online. Media sosial mengacu pada platform online tempat pengguna dapat berinteraksi dan berbagi berbagai materi. Platform ini mencakup blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Selain itu, media sosial adalah tempat di mana berbagai jenis informasi dapat diberikan kepada semua lapisan masyarakat dan di mana berbagai bentuk komunikasi dapat diciptakan.