

**PENGARUH SOSIAL MEDIA INSTAGRAM, HARGA, DAN KEMUDAHAN  
TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE  
(SURVEY PADA KONSUMEN DISTRO STARCROSS YOGYAKARTA)**

**Aryo Wahyudi**

**NIM. 141140399**

**Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta  
saya.aryo@yahoo.com**

**Abstraksi**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh sosial media instagram, harga, dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian online (survey pada konsumen distro starcross Yogyakarta). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen distro starcross jalan Cendrawasih no 27A Demangan Baru, Kabupaten Sleman, di kota Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria: konsumen yang pernah membeli secara online di distro Starcross jalan Cendrawasih no 27A Demangan Baru, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta lebih dari satu kali, dan mengetahui Instagram Distro Starcross Yogyakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pengaruh sosial media instagram, harga, dan kemudahan transaksi secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada tingkat signifikansi  $0.000 < 0.005$ . Dan nilai R Square sebesar 0.966, artinya 96.6% variasi dari keputusan pembelian online dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen (sosial media instagram, harga, dan kemudahan transaksi) dan sisanya yaitu 0.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, kedua variabel independen yang terdiri dari pengaruh sosial media instagram, dan kemudahan transaksi bernilai positif dan signifikan sedangkan variabel independen harga bernilai negatif dan signifikan.

**Kata kunci: Sosial Media Instagram, Harga, Dan Kemudahan Transaksi, Keputusan Pembelian Online**