

ABSTRAK
**PENGARUH PERILAKU MILENIAL, AKTIVITAS MEDIA SOSIAL,
DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ONLINE PLATFORM INSTAGRAM (Survei Pada
Mahasiswa UPN Veteran Yogyakarta)**

Shelina Yuridhita Putri

NIM. 141180141

E-mail: shelinayuridhita@gmail.com

Pembimbing I : Danang Yudhiantoro, SE., M.Si

Pembimbing II : Hasa Nurrohim, SE., M.Si

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Perilaku Milenial, Aktivitas Media Sosial, dan Pemasaran Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Online. Penelitian ini merupakan penelitian survey, dengan alat pengumpulan datanya adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna media sosial Instagram di UPN “Veteran” Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 110 responden dengan metode *purposive sampling*. *Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pelanggan menggunakan media sosial Instagram, pelanggan pernah melakukan transaksi pembelian melalui media sosial Instagram, pelanggan merupakan mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta yang lahir pada tahun 1980 – 2000 atau merupakan generasi Milenial.*, Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: 1) *Secara bersama-sama* Perilaku Milenial, Aktivitas Media Sosial, dan Pemasaran Media Sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Online., 2) Milenial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Online 3) Aktivitas Media Sosial memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Online, 4) Pemasaran Media Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Online.

Kata kunci : *Perilaku Milenial, AKtivitas Media Sosial, Pemasaran Media Sosial.*