

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, *BRAND IDENTITY*, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PADA *EVENT*  
SIMAK SIAR DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**M. ZIDANE TRI BINTORO**

**NIM. 141210010**

Mahasiswa Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta  
[zidanetribintoro@gmail.com](mailto:zidanetribintoro@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial Instagram, *brand identity*, dan harga terhadap keputusan pembelian tiket pada *event* Simak Siar di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang pernah membeli tiket *event* Simak Siar. Sampel dalam penelitian ini adalah 112 responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda melalui software SPSS versi 30. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; 1) Media sosial, *brand identity*, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket *event* Simak Siar, 2) Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket, 3) *Brand identity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket, 4) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pada *event* Simak Siar di Daerah Istimewa Yogyakarta.

**Kata Kunci:** Media Sosial, *Brand Identity*, Harga Tiket, Keputusan Pembelian Tiket