

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN LIFESTYLE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Konsumen Zoya Jombang)

ABSTRAK

Oleh:

NENI MIA AMELIYA

Dosen Pembimbing

Dr. Indra Kurniawan, S.Sos., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh media sosial instagram dan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian pada Zoya Jombang. Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasi adalah konsumen Zoya Jombang yang memiliki akun instagram dan mengikuti akun Zoya Jombang dengan sampel penelitian sebanyak 90 konsumen, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien diterminasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Media sosial Instagram termasuk kategori kurang baik, hal ini menyatakan bahwa konsumen dalam menggunakan media sosial instagram Zoya Jombang belum berkontribusi dalam peningkatan keputusan pembelian Zoya Jombang dan *Lifestyle* termasuk kategori baik, hal ini menyatakan bahwa *Lifestyle* pada Zoya Jombang berkontribusi dalam peningkatan keputusan pembelian Zoya Jombang.

***Kata Kunci:* Media Sosial Instagram, Lifestyle dan Keputusan Pembelian**