

ABSTRAK

PENGARUH SELEBGRAM *FASHION* KAIN BATIK PALEMBANG TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK LOKAL (Studi Media Sosial pada *Followers* Akun Instagram @juragankain)

Oleh
Amalia Nur Safitri

Selebriti Instagram atau yang dikenal dengan sebutan selebgram belakangan cukup terkenal dikalangan anak muda bahkan di segala usia. Media sosial dengan segala tren didalamnya menyebabkan selebgram memiliki potensi yang kuat dalam meningkatkan promosi produk baik barang/jasa. Potensi tersebut mendorong banyak perusahaan yang memanfaatkan jasa selebgram untuk melakukan promosi produk agar memperoleh perhatian dari masyarakat yang pada akhirnya akan mendatangkan tanggapan yang positif. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh selebgram *fashion* kain Batik Palembang terhadap keputusan membeli produk lokal (kain batik Palembang). Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Proses pengumpulan data dilakukan dengan melaksanakan survey kuisioner serta studi pustaka. Kuisioner berisikan pernyataan/pertanyaan Variabel X dan Variabel Y dengan mempertimbangkan aspek yang terdapat pada konsep VisCAP dan AIDDA kemudian disebarkan pada 100 responden sesuai dengan persamaan penentuan ukuran sampel *Slovin*. Data yang terkumpul selanjutnya dilakukan pengujian dengan uji validitas dan reliabilitas serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan selebgram *fashion* kain batik Palembang berpengaruh positif dengan signifikan terhadap keputusan membeli produk lokal pada *Followers* Akun Instagram @juragankain. Pengaruh yang ditimbulkan oleh selebgram dalam mempengaruhi para *followers* atau konsumen Akun Instagram @juragankain diketahui sebesar 44%, nilai tersebut tergolong moderat atau sedang. Pembelian produk dapat dipengaruhi dari kredibilitas selebgram mengingat aspek ini merupakan aspek tertinggi dalam mempengaruhi konsumen menentukan keputusan pembelian suatu produk kain batik Palembang.

Kata Kunci: Selebgram, Keputusan Membeli, Kain Batik, *Fashion*, Produk Lokal

ABSTRACT

THE EFFECT OF FASHION INFLUENCER IN USING PALEMBANG BATIK ON BUYING LOCAL PRODUCT DECISION (Sosial Media Study on Followers of Instagram Account: @juragankain)

By

Amalia Nur Safitri

Lately, influencer (selebgram) on Instagram is quite popular among young generation even at all ages. The trends on sosial media makes some influencers have a good potential in increasing product promotion, both items and services. The potential has encouraged companies to take advantages of the influencer to promote their product in order to get the attention of the public which will ultimately bring a positive response. Therefore, it is of interest to conduct the research which has aimed to find out the effect of fashion influencer in using Palembang batik on buying local product decision. The approach of this research was quantitative-descriptive. In order to collect the data, the researcher conducted questionnaire survey and literature study. The questionnaire contained some questions of X and Y variabel by considering the aspects contained in the VisCAP dan AIDDA models, then it gave to 100 respondents according to the equation for determining the measurement of Slovin sample. The collected data is tested by the validity and reliability as well as testing the hypothesis. The result showed that the use of Palembang batik by the fashion influencer has a significant positive effect on buying local product decision of the Instagram account: @juragankain's followers. The fashion influencer produced effect 44% in influencing consumer of followers of @juragankain, and the amount of the result classified as medium or moderate. Product purchases can be influenced by the fashion influencer's credibility. This aspect is the highest aspect in influencing consumers to determine buying decisions for a Palembang batik.

Key Words: *Selebgram, Buying Decision, Kain Batik, Fashion, Local Product*