

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN KUALITAS APLIKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA APLIKASI ZALORA**

**Oleh:**

**Fika Renilung**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh media sosial dan kualitas aplikasi terhadap minat beli konsumen pada aplikasi Zalora. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Zalora di Indonesia. Metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data., sampel dalam penelitian ini sebanyak yaitu 100 responden . Jenis Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi berganda karena menggunakan lebih dari satu variabel independent yang mempengaruhi variabel dependent. Hasil analisis menyatakan bahwa media sosial dan kualitas aplikasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada aplikasi Zalora

**Kata Kunci: Media Sosial, Kualitas Aplikasi Dan Minat Beli**

## ABSTRACT

### INFLUENCE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AND APPLICATION QUALITY ON CONSUMER BUYING INTEREST IN ZALORA APPLICATIONS

By:

**Fika Renilung**

This study aims to determine the effect of social media and application quality on consumer buying interest in the Zalora application. The population selected in this study were all users of the Zalora application in Indonesia. The non-probability sampling method uses the accidental sampling technique, which is a sampling technique based on chance, that is, anyone who happens to meet a researcher can be used as a sample, if it is deemed that the person who happened to be met is suitable as a data source, the sample in this study is 100 respondents. . This type of research is quantitative by using multiple regression analysis method because it uses more than one independent variable that affects the dependent variable. The results of the analysis state that social media and application quality affect consumer buying interest in the Zalora application

**Keywords: Social Media, Application Quality and Purchase Interest**

