

INTISARI

Penelitian yang berjudul “Analisis Keputusan Pembelian batik “Pringmas” Pada Platform Facebook Dengan Demografi Sebagai Variabel Moderasi” bertujuan untuk mengetahui pengaruh platform Facebook terhadap keputusan pembelian. Penelitian juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel usia dan variabel jenis kelamin serta pendidikan sebagai moderasi pada variabel platform Facebook terhadap keputusan pembelian. Analisis penelitian menggunakan metode PLS melalui aplikasi WarpPLS 8.0 dengan data yang digunakan merupakan data hasil penyebaran kuesioner pada konsumen batik “Pringmas” dan memperoleh 154 jawaban responden sebagai data kembali. Analisis penelitian ini melalui beberapa tahapan yaitu perhitungan validitas, reliabilitas pada dimensi first order, analisis algoritma, diagram jalur dan evaluasi model serta pengujian hipotesis pada setiap variabel. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan atau pengaruh positif pada variabel platform Facebook terhadap variabel keputusan pembelian. Penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan atau pengaruh positif pada variabel usia, variabel jenis kelamin dan variabel pendidikan sebagai variabel moderasi yang tergabung dalam klasifikasi demografi pada platform Facebook terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Facebook, Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan.

ABSTRACT

The research entitled “Analysis of Purchase Decisions for “Pringmas” batik on the Facebook Platform with Demographics as a Moderating Variable” aims to determine the effect of the Facebook platform on purchasing decisions. The research also aims to determine the effect of age and gender variables as well as education as a moderator on the Facebook platform variable on purchasing decisions. The research analysis uses the PLS method through the WarpPLS 8.0 application with the data used is data from the results of distributing questionnaires to consumers of “Pringmas” batik and obtaining 154 respondents' answers as return data. The analysis of this study went through several stages, namely calculating the validity, reliability on the first order dimension, algorithm analysis, path diagrams and model evaluation as well as testing the hypotheses on each variable. The results of this study indicate that there is a significant or positive influence on the Facebook platform variable on the purchase decision variable. Research also shows that there is a significant or positive influence on the age variable, gender variable and education variable as a moderating variable incorporated in the demographic classification on the Facebook platform on purchasing decisions.

Keywords: Purchase Decision, Facebook, Age, Gender, Education.